

续明伟 著

路的尽头 我的开始

人生本来就是一场充满挑战的过程，
进取精神比拥有天资更重要，
哪怕是一粒渺小的尘埃，
也可以有高贵的生命……
他，被称为广告界的"拉登"，
他，是续明伟，
在人生的最低谷，
他进过劳动教养所，
也曾以捡垃圾为生……
然而顽强的他在创业的第十年，
成功蜕变成"厦门市十佳外来杰出青年"。

華夏出版社



在这个时代，也许有很多人、很多事、很多时刻、很多词汇让你怦然心动，但也许没有一个词像“创业”这样让你怦然心动之余又辗转反侧，它是如此鲜明地集中了你的梦想、你的奋斗、你的狂喜、你的落寞……当创业成为一个热词，当创业点燃了时代的激情，我们其实需要更多的冷思考。也许这本书将带你回望创业来时路，品读每一个创业者曾有的喜怒哀乐。这样的复盘，对创业者而言，是一笔宝贵的财富。

——中央电视台经济频道《今日观察》、《对话》节目主持人　陈伟鸿

人的一生是短暂的，也是稍纵即逝的。一个人看上去从生到死几十年不算短，但却用尽一生精力也难写好一个“人”字。作者对“路”、“人”、“行”的执著追求，给我们太多的启迪。

——中国广告协会学术委员会主任、厦门大学新闻传播学院教授　陈培爱

明伟是山东人，在福建广告传媒行业里闯荡二十余年，其间的成功与失败，悲喜自知。书中以生动精辟的策划实战案例，诠释了一个创业者坚毅进取、卓越追求的品质。在他身上不但看到了山东人爽直忠厚、行侠仗义的优秀品质，同时体现了闽商那种爱拼敢赢的精神，值得创业人士鉴读。

——福建七匹狼实业股份有限公司董事长　周少雄

华夏盛轩



路的尽头 我的开始

续明伟 著



图书在版编目（CIP）数据

路的尽头 我的开始 / 续明伟著. —北京：华夏出版社，2011.10

ISBN 978-7-5080-6628-8

I. ① 路… II. ①续… III. ① 续明伟－自传 IV. ① K825.38

中国版本图书馆CIP数据核字（2011）第202425号

出品策划：

网 址：http://www.huaxiabooks.com

路的尽头 我的开始

作 者	续明伟
责任编辑	赵立民
封面设计	思想工社
排版制作	思想工社
出版发行	华夏出版社
	（北京东直门外香河园北里4号 邮编：100028）
经 销	新华文轩出版传媒股份有限公司
印 刷	三河市汇鑫印务有限公司
开 本	720mm×1020mm 1/16
印 张	14
字 数	140千字
版 次	2012年1月第1版 2012年1月第1次印刷
定 价	28.00元
书 号	ISBN 978-7-5080-6628-8

一个小人物的名人"路"

本书的作者续明伟还年轻，没想到未到不惑之年且成长在新社会的他，竟有如此磨难和丰富的人生阅历。拿到《路的尽头 我的开始》书稿，它的可读性一下子吸引了我。全书以故事的形式，娓娓道出自己的失败与成功，磨难与追求，迷惘与坚毅。我作为他的长辈，读来有滋有味，书中洋溢着百折不挠、昂扬向上的奋斗精神，值得作为一本励志书推荐给广大的青年朋友。

在这本书里，我看到了作者对"路"、"人"、"行"的执著追求。

"路"是人走出来的。作者的童年没有太多的鲜花，青年时代意外"失足"，后又面临事业的失败。在一连串的挫折面前，他并不气馁，每次都在"路的尽头"重新挺起。失败是什么？只是更接近成功一步。成功是什么？就是走过了所有通向失败的路，只剩下一条路，那就是成功之路。他深深懂得，命运掌

握在自己手中。漫漫人生路，有谁能说自己是踏着一路鲜花，一路阳光走过来的？又有谁能够放言自己以后不会再遭到挫折和打击？我们看到他的成功背后布满了荆棘和激流险滩！特别是看到他曾陷入身无分文的境地时，真为他捏一把汗。患难可以试验一个人的品格，非常的境遇方才显出非常的气节。风平浪静的海面，所有船只都可以并驱竞胜；在梦断高墙铁窗的困境中，只有大勇大智的人才能够处之泰然。

如果因为一时的受挫就轻易地退出“战场”，半途而废，到头来懊悔的只能是你自己；如果总是因为害怕失败而丢掉前行的勇气，就永远不会追求到心中的梦想，正如有首歌中所唱的，阳光总在风雨后……世上没有绝望的处境，只有对处境绝望的人。我想，这就是这本书所体现的追求精神。

“人”可以为了找“路”而进行不懈的拼搏。续明伟给我的印象是个有点冒险的人，“台海谍云”就是一次冒险！人的整个生命也是一场冒险，走得最远的人常是愿意去做、愿意去冒险的人。人活着，总得有个坚定的信仰，不光是为了自己的衣食住行，还要对社会有所贡献。人生是什么？各有各的回答，然而只有一种回答会是大家都认可的，那就是：人生就是奋斗、拼搏。为自己的梦想奋斗，为自己的目标奋斗。与环境奋斗，与艰难困苦拼搏，与挫折失败拼搏，与丑恶战斗，与阻碍自己前进的一切拼搏。

路是脚踏出来的，历史是人写出来的。人的每一步行动都是在书写自己的历史。没有一个人的生活是一帆风顺的，没有一个人生活中没有艰涩、苦难、挫折和坎坷，人生的道路如何走，完全取决于我们做人的心态。如果我们的心里有阳光，生活的道路就会洒满

光芒。如果心里充满了悲伤、烦恼和忧愁，我们的人生道路就不会阳光灿烂，不会充满欢歌和喜悦。我们在续明伟身上，看到了这些拼搏的轨迹，他也在拼搏中找到了自己的路。2005年，他成功当选为“厦门市十佳外来杰出青年”，那一刻，他感到无比的骄傲！

人必须找路，找到路之后必须勇敢地前行。这就是对“行”的追求。“行”的前提是自信，信心是成功的保证。一个人的成功不仅需要个人的才干，而且还需要自信。自信是个人对自己所做各种准备的感性评估，是人对自身力量的一种确信，深信自己一定能做成某件事，实现所追求的目标。虽然自信对于做事并不重要，但取得他人的信任却对合作相当的重要！坚定的信念，才会开启人生最顶端的追求。坚定的理想，才会迈向人生更远的方向。每一步，都需要一个坚定的信念，每一步，都需要肯定的理由。

续明伟已经小有成就，但他没有忘记帮助过他的人，常怀感恩之心，并给家人更多的眷顾。续明伟是靠自己的内因走向成功的。他的路还很长，还必须有更坚定的人生目标。目标的坚定是性格中最重要的力量源泉之一，也是成功的利器之一。没有它，天才也会在矛盾无定的迷径中徒劳无功。

相信续明伟今后能更好地把握好自己的人生。我们每个人都应该不虚度一生，应该能够说：“我已经做了我能做的事。”人生多磨难，生活的理想是为了理想的生活，我们应该不断地为自己鼓掌。风又如何，雨又如何，笑又如何，哭又如何！为自己鼓掌，人生之路会越走越宽广，人生之路会越走越坦荡。

人的一生是短暂的，也是稍纵即逝的。一个人看上去从生到死几十年不算短，但却用尽一生精力也难写好一个“人”字。作者对

“路”、“人”、“行”的执著追求，给我们太多的启迪。

人们常说，命运掌握在自己手中。我觉得，这句颇具哲理的警语，其重要意义在于给人以自信，鼓舞我们去奋斗、去争取、去拼搏，写下人生最壮丽的诗篇。祝愿续明伟的这本书能给创业青年更多的启迪。

陈培爱

中国广告协会学术委员会主任

厦门大学新闻传播学院教授及博士生导师



目录

CONTENTS



043

第三章　卷入“谍云”风波

“银鹭”号带着我们的期许起航了，但我的人生并没有因此风生水起。谁也没有想到，一次单纯的航行却演变成了一起轰动全球的政治事件。人生再次触礁，我该何去何从……



075

第四章　厦门马拉松带我一起跑

厦门国际马拉松赛给我带来了重新崛起的契机，我也因此被评为“厦门市十佳外来杰出青年”。在这期间，拉风的络腮胡子给我带来了“拉登”这个极具冲击力的外号，而且越传越远。

113

第五章 一桩不挣钱的好生意



杨澜是我崇拜的偶像，策划“杨澜厦门行”对我来说是一桩不挣钱的买卖，但我却感到很荣幸，一来我能为自己崇拜的人做一点事，二来也可以通过她的影响力为厦门公益事业做一些贡献。

137

第六章 兢兢业业的赶鱼人

像吉家·家世界这样体量庞大的卖场就好比是一个池塘，而一个个入驻的商家都在池塘内设了网，消费者则是游弋其中的鱼。我们要做的就是，当一个赶鱼人，把鱼都赶进来。



163

第七章　借力是个大智慧

每个人的资源以及机会都是有限的，想靠一己之力，单打独斗闯出一番名堂来是非常困难的。作为创业者要善于借力使力。趋势、潮流、人际……万事万物，只要能为我所用，都可以借来一用。



175

第八章　一次挑战带来意外收获

能够得到行业泰斗陈培爱教授的垂青，是我的幸运。我从他那里学到很多知识，也得到他很多帮助。当那一天我站上了艾菲奖的领奖台，我终于明白，人生其实真的没有什么不能实现。



我有一份自己热爱的事业，一家快速发展的公司，一群和我并肩作战的伙伴，一个温馨的家庭……纵然每日奔波劳碌，压力重重，但这依然是属于我的美好时代。

在这个时代，也许有很多人、很多事、很多时刻、很多词汇让你怦然心动，但也许没有一个词像“创业”这样让你怦然心动之余又辗转反侧，它是如此鲜明地集中了你的梦想、你的奋斗、你的狂喜、你的落寞……当创业成为一个热词，当创业点燃了时代的激情，我们其实需要更多的冷思考。也许这本书将带你回望创业来时路，品读每一个创业者曾有的喜怒哀乐。这样的复盘，对创业者而言，是一笔宝贵的财富。

央视经济频道《今日观察》、《对话》节目主持人

陈伟鸿

丨第一章丨

人不轻狂枉少年



受家庭的影响，我打小就颇有生意头脑，总爱折腾自己的小买卖。1990年，我来到了美丽的厦门开始了我的军旅生涯。退役后我摩拳擦掌，热血沸腾，决心在厦门闯出属于自己的一片天。

曾在生死边缘
——多灾多难的童年

有人曾说："磨难就像一面镜子，它高悬在生命的险峰，既能照出勇士攀登的雄姿，也能显示出懦夫退却的身影。"的确，苦难就像一把双刃剑，让人要么坚忍不拔、锐意进取，要么一蹶不振、萎靡不前。苦难面前，每个人的选择是不同的，但大凡成功人士，都是从苦难的废墟上走过来的，无一例外。

童年是人生之始，幼小的心灵纯净得如一张白纸，无论刻上任何印记，都会显得异常清晰而深刻。童年经受苦难并不可怕，只要心灵足够坚强，只要有凌驾于困难之上的勇气和意志，一切的不顺终将会变成一笔受益终身的宝贵财富。

1974年4月，我出生在山东省菏泽市东明县的一个小村子。现在回想起来，小时候的我可是个多灾多难不让人省心的孩子。

我三岁时就经历了一次生死的劫难。有一回，我和爷爷吃完饭到麦场里去玩，不小心把手弄脏了，爷爷让我自己到附近的沟渠去洗干净。没想到意外发生了，年幼的我蹲下身洗手时，身体失去了平衡，一下滑了下去。此时，爷爷丝毫没有察觉，在暖暖的太阳底下睡着了。

说来也巧，当时邻居的二大爷干完活，扛着锄头回家正好路过，看见有个小孩趴在水中，赶紧用锄头一把拉上来。翻过身一看，呀，这不是老续家的孙子吗！惊得大呼："老续！老续！你孙子淹死啦！"爷爷闻声赶来，一瞧，不得了了，都没鼻息了。慌了神的爷爷也没想要采取什么抢救措施，把我往臂下一夹，哭喊着往家里跑，准备告诉母亲这个噩耗。岂料在一路剧烈的颠簸中，呛在我肚子里的水哇啦哇啦地被吐了出来，于是我幸运地"起死回生"了。

原以为大难不死，必有后福了，谁知在六岁的时候，我又遭一劫。一次，母亲带我去外婆家玩，正巧外公赶集回来，买了个水桶和一口大铁锅，放在堂屋门口。外公还从市集上买了甘蔗，我甜滋滋地坐在一旁吃着。这时舅舅回来了，他爱逗我

玩，让我把甘蔗分给他吃。我哪里肯，于是拼了命似的往堂屋里跑。光顾着跑的我没有留意脚下，被门槛绊了一下，一个趔趄，重重地摔在了铁锅上。铁锅的边狠狠地切中我的脸部，顿时鲜血直流，我一下昏了过去。不幸中的万幸，这次意外伤到的是眉头，如果再稍往下一点，那我的眼睛可就保不住了。

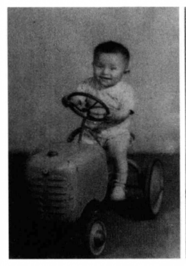
除了以上两次惊险经历外，还有一次烫伤，现在想起来仍心有余悸。那一回，父亲从城里出差回来，给我带了双新的解放鞋。以前在农村穿的都是自家做的布鞋，很难得穿到在商店里买回来的新鞋子。所以看到父亲买的新鞋，我真是乐坏了，连忙穿上鞋，开心地在屋里又蹦又跳，结果一不小心踩进妈妈给爸爸准备的洗脚水中。妈妈还没来得及往里加冷水，洗脚盆里盛的是滚烫的开水，结果两个脚丫被烫得全是水泡，没有了模样。

以前常听大人说，小时候多灾多难的孩子，长大以后一定会一帆风顺，但这对于我来说，似乎并不适用。相反，这似乎预示着我人生路上的跌宕起伏。

希望每个人都能够拥有一个美好的童年，但如果童年经历了一些苦难与不顺，也不要抱怨，更不要怀疑和抱怨命运的不公，因为这样做根本不能瓦解苦难，只能让自己更痛苦，而且对改变所处的境况一点帮助都没有。

人生每个阶段都要经历跌宕起伏，并不会因为童年的年幼与稚气，就没有了灾难与磨砺。其实，对于人的成长来说，早些经历磨砺未必是坏事，这样会让我们更早地坚强起来。

常言道："年轻的时候吃苦是福。"早一点经历，就早一点懂得；多一点磨砺，就多一点成长和经验。也许，年少时会觉得命运有些不公平，但在困难与不顺中变得坚强之后，我们就会由衷地感谢曾经经历的那些坎坷。



周岁的我



十岁的我

认真对待自身的天赋
——小时候的商业细胞

天赋是一个人在某一方面具有超于常人的能力和判断力，也可以是充满智慧和远见的眼力。它有可能来自于遗传，也有可能是受后天环境的影响。

现在想想小时候的事情，发现原来自己早就显露出商业方面的天赋。那时年纪虽小，但我的眼睛里看到的可都是商机，还懂得采取创业行动。

经商在如今这个时代已经是再普通不过的事情了，但在20世纪的80年代，由于人们的眼界和想法有所局限，商业活动远不像现在这样开放和活跃。所以当年的那些“小活动”还真让我有点自豪感。在日后创业遇到挫折或意志消沉的时候，小时候的那些小成功都会给我带来一些鼓励和动力。

➋

我父亲原籍济南，因为上山下乡才到了菏泽。后来与我母亲结婚，定居在了农村。当时他是城里商业局的经理，母亲则在村里做点小生意，摆摊卖卤料和下酒菜。兴许是受了他们的影响，我打小也颇有做生意的头脑。因为父亲在城里上班，所以我进城的机会也比较多，这为我做生意提供了便利。

我第一次做生意的时候还没上学，卖的是汽水。现在大家都喝可乐喝凉茶，我们那个年代的小孩喝的是自己兑的汽水。各种颜色的色素加上一点糖精，往水里一拌就是一杯颜色好看、口味香甜的汽水了。

在城里，我跟一位老婆婆买了几次以后，就对它的做法好奇起来。老婆婆是个热心人，很耐心地教我一杯水里面应该加多少色素多少糖精，汽水的味道和颜色才会恰到好处。我心里打起了小算盘：家里有口井，水打上来就可以直接喝；汽水在农村又是稀罕物，肯定有小朋友争着买。这在城里卖一分钱一杯，我买回原料去加井水自己调，卖两分，可就挣钱了。

于是我花了一块钱跟老婆婆买了色素和糖精，一回村里就拎着小半桶井水，拿些玻璃杯，到学校门口摆起摊来。小朋友们见了好奇，一窝蜂似的围了过来。可是大伙儿都不知道这是什么东西，犹犹豫豫不肯花钱买。我于是就自己带头喝，还让他们免费试喝。大家你一口我一口地尝了起来，一看味道果然

不错，就抢着掏钱买。很快，我的汽水就卖光了。可是第一次做生意还没有经验，色素和糖精放多了，加上又让人试喝，所以根本就没赚着钱。后来就学聪明了，多加点水，少放点原料，钱就赚到了。想来小时候还颇有经商头脑，懂得通过自产自销赚钱，还知道用体验式营销呢。

除了汽水之外，我还卖过花食团（大米和小米炒过后加上麦芽糖做的一种膨化食品）。在村里，这东西要跟货担郎买，一个要两分钱，货担郎不来的时候还买不着。我在城里看到有人在生产，一个才卖一分钱。我灵机一动，又看到了商机。于是，我花五毛钱买了五十个，用蛇皮袋装着带回了村里。

回村以后，我叫上两个小伙伴，大家一人分几个，学着货担郎叫卖的样子，“花食团儿、花食团儿，好吃又好玩儿”，走街串巷卖了起来。很快，五十个就全部卖完了，我们卖两分钱一根，五毛钱的本钱一下子就卖出了一块钱。

我看这很有赚头，就瞒着父母搭拖拉机一趟趟地到城里去“进货”，而我的两个小伙伴应该算是我最早的员工了。挣了钱，我很慷慨地问他们：“想吃什么？”“想吃肉。”他们说。于是我去买了两块肉，一块给了他们作为奖励，另一块我自己带回家去。

当我很自豪地把买来的肉带回家时，父母说什么都不信一个小屁孩能够挣钱，以为是我嘴馋偷来的，于是让我跪在地上把我痛打了一番。我心里充满了委屈，决心一定要证明给他们看。于是，第二天我起了个大早，又去城里跑了一趟，进了袋

花食团去卖。晚上又用挣来的钱买了肉带回家，父母这才相信了，感到又心疼又自责。从那以后，只要我不花太多时间，平时动动脑筋挣点小钱他们倒也支持。

八岁的时候，爸爸把我带到城里去上学，上的是南门小学。小学时候的我品学兼优，不仅经常考双百，还连年当班长。当时大家除了知道我是个好孩子之外，还知道我是“冰棒大王”，因为别人买冰棒是买一根，而我一买就是二十根。其实，这也是拿来卖的。

有次奶奶生病住院了，爸爸用保温桶给她送吃的，脑袋灵光的我想到可以拿保温桶来装冰棒。七分钱的冰棒拿到录像厅去可以卖两毛钱。挣了钱后，我又添置了一个保温桶，叫上我妹妹一起卖。后来还是不过瘾，于是自己往泡沫箱里塞了棉被，外面用自行车的内胎裹好，做了个简易的保温箱，拿到百货公司大门口去卖。

我父亲是商业局的经理，在计划经济时代也算是一个很令人称羡的职务。百货公司周围很多人都认得我是“续公子”，有的时候见我在摆摊，会在一旁指指点点。当时的我也颇有主意，心想自己挣钱，不偷不抢，光明正大，没什么可丢人的，所以也不去理会。

升了初中之后，我迷上了打台球。那时候打球五毛钱一局，算是一笔不小的数目。我因为打球成瘾，在这上面的花销很大，又不好老跟父母亲要钱，于是就寻思着自己摆上一桌。到了暑假，我跟舅舅作了个“可行性报告”，头头是道地跟他

分析摆台球桌多么的有利可图。没想到真的就“融资”成功，从舅舅那借了四百块钱，自己在商业局的门口摆起了台球桌。

商业局的对面是长途汽车站，来往的人很多，我的生意做得红红火火。五毛钱一局下来，一天能挣上好几十块。因为生意红火，我又用赚来的钱再投资，另外买了两张台球桌。后来许多退了休的老大爷也跟风摆了起来，很快便在商业局前面形成了台球一条街。

现在想想，我都觉得小时候的这些行为真的很有意思。那时候的孩子都把玩当成第一大事，可我的小脑子光想怎么赚钱，真是个财迷。但这着实为我后来的经商之路打下了基础。

一般来说，我们小的时候都曾经在某方面显露过天赋，只是自己没有意识到，或者被外界压制或扼杀了。所以，一旦我们发现自己在某方面有天赋，就要重视起来，不断培养和发挥，不要让它被外界的质疑或否定声埋没了。

其实，更多的时候，并不是我们没有抗拒干扰的力量与决心，而是我们还没有发自内心地去面对自身的天赋。所以，不要犹豫，找到你的天赋，面对它，然后就开始慢慢利用吧。

梦想的第一站
——军旅生涯

人总要长大，总要独立，总有一天要像出了巢的小鸟，独自翱翔美丽的蓝天，朝着梦想飞。梦想是美好的，和大多数青年一样，我的梦想是参军，成为一名威武庄严的军人，报效祖国，为人民服务。

其实，人生的每一种经历都会给我们带来无穷无尽的财富，只要我们善于发现，努力总结，就会从中学习到很多经验，来丰富自己的阅历。

所以，不管做什么事情，追求怎样的梦想，都要尽可能地丰富自己，不断地尝试，说不定哪天就能找到自己真正感兴趣的事物。

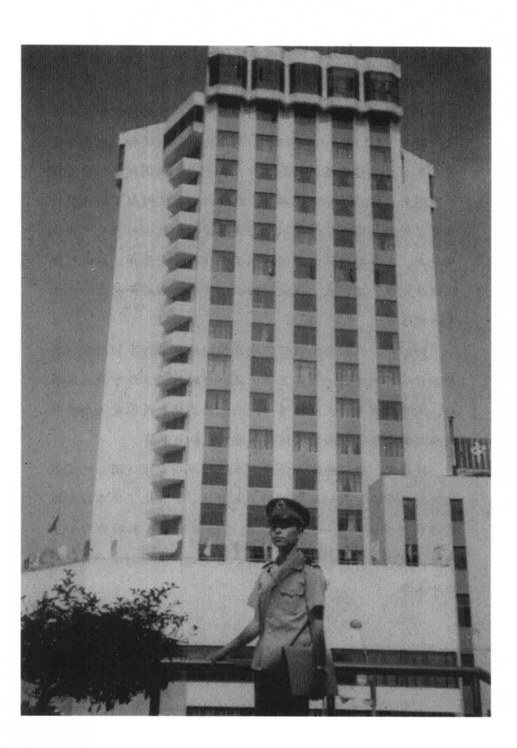
初中毕业后，我被保送到了菏泽体校念中专。体校的生活非常艰苦，每天早上都要进行大强度的训练，下午还要上文化课。当时比较瘦弱的我经过早上的训练以后，已经是疲惫不堪，到了下午根本就无心学习。一段时间下来，文化课就被落下了，考大学的信心也渐渐地丧失了。

和许多男孩一样，自小我的心中就有着英雄情结，想象过自己穿上军装英姿飒爽的样子。既然考大学的希望渺茫，那就实现小时候的梦想去当兵吧。国家规定要年满十八周岁才能当兵，而我心里却已认定了这条路，为此，当时才十五岁的我改了年龄才如愿以偿。

1990年，当时还是毛头小子的我带着母亲的不舍和父亲的期望踏上了南下的火车，来到美丽的厦门，开始了我的军旅生涯。在农村出生、于小县城求学的我来到沿海经济特区厦门，就像是一只小鱼游到了大海，终于有了广阔的天地可以尽情地发挥满腔的热血与激情。

读体校的经历让我有了健康的体魄和吃苦耐劳的精神，因此，我很快便适应了部队的生活，并且表现突出，连续三年都得到了嘉奖，还曾被评为优秀班长，到了退役的时候还成了一名共产党员。

进军营不久，我就开始了报考军校的准备，但是最后还是



因为缺乏信心，还没上考场就临阵脱逃了。

在新兵连训练了一个多月后，我被分配到了“海峡之声”广播电台厦门广播站（前浦对高山分站），当时两岸的关系还没“解冻”。1991年4月23日，两岸关系得到缓和，中央军委签署了对台广播停播的相关文件，我也因此被调到了位于市区的虎溪岩广播站总站当炊事员。这时候的我又做起了厨师梦，报考了厨师培训班。部队不允许谈恋爱，但我当时正处于青春叛逆期，在参加培训的时候认识了一些社会女青年。后来被部队领导发现，又把我“流放”回山上去了，当厨师的念想也就告一段落了。

1993年，我们要退役了。战友们纷纷扛着行李回老家，我却不甘心再回去当一条溪里的小鱼。当时厦门正处于快速发展期，城市日新月异，一幢幢平地而起的高楼大厦像是一个个升腾而起的希望，让人禁不住摩拳擦掌、热血沸腾。

按规定，退役的军人必须返乡。所以喝完欢送酒，吃完散伙饭，领导就把我们统一送到了火车站。但我上了火车后就把随身的行李丢给了一个同乡，自己则从另一节车厢的门溜了出来。我决意在厦门闯出自己的一番事业，没想到这一留就是二十多年。

三年的军旅生涯，不但极大地丰富了我的人生，同时

更为重要的是，激起了我追求理想的信念与奋斗的热情。

青春的生命总是火热的，充满了激情，无论是走哪一条路，遇到怎样的状况，都会乐观地接受，就像当年成了炊事员的我，很快就产生了想要当厨师的梦想一样。青春的我们不管经受什么，都能从中找到属于自己的梦想，并十分投入地去努力实现，即便中途遇到了无法翻越的阻挠，也能从新的路口找到继续奋斗的动力。这就是青春，这就是渴望不断地丰富内心、丰富成长的青春热情和信念。

军旅生涯虽然结束了，但梦想犹在。退役复员后，我没有按照上级的安排回到家乡，毅然地选择了自己的梦想，我要把握住自己未来的人生方向。而事实也证明，当初的选择是正确的。

其实，人生的每一段经历带给我们的是危机还是机遇，完全是由我们自己决定的。只要我们拥有梦想，拥有奋斗的激情，人生就会变得柳暗花明。

机会只等待有准备的人
——初涉广告行业

生活中我们常常慨叹人生变幻莫测，难以捉摸。然而，感慨归感慨，叹息归叹息，当生活的道路转弯时，我们没有可能逃避，必须面对。这转弯是福是祸，完全在于你面对它的态度，因为机会往往在这时光临。

机会只等待有准备的人，看似很小的努力和成绩，不断地积累，就会赢得机遇的青睐。从而，为我们的人生发展赢得转机，有了向更高处走的阶梯。

在机遇还没有到来之前，不要着急，先充分利用自己的优势不断地提升自身的能力。在各种尝试和锻炼中，慢慢总结教训，积累经验，对未来的发展至关重要。

在部队的时候，我骨子里不安分的商业细胞也总是蠢蠢欲动，让我逮着机会就会有所行动。

飞机在那个年代还是个新鲜物，航线和航班都很少，买机票对普通人来说是一件难事。但如果有军官证的话，买机票就比一般人来得容易。我就充分利用了这个优势，借用军官证从中小赚了一笔。

这还只是小打小闹，挣得最多的一次是在1993年厦工发行股票认购券的时候（那个时候要想认购新股先得排队购买认购卷，经摇号后，中签者方能认购股票）。一次，我和几个战友受人之托，去排队买一张五块钱的认购券，一份五张，一个人一次可以买一份。殊不知，股票认购券当时正受到市民的狂热追捧，我们买到手以后，很快就有人向我们以十倍甚至更高的价格买走了。花二十五元买的券卖到了近三百元。

我二话不说，又去排队，而且把我的战友们都喊过来一起买。那一个晚上，我们就挣了一万多块钱，感觉像是天上掉馅饼一样。那是我这辈子第一次挣那么一大笔钱，一个晚上都兴奋得难以入眠，躲在被窝里一遍遍地数，一直数到手软才罢休。只不过钱来得快散得也快，后来我拿这些钱投资了朋友开的小炒店，连本带利全给亏了进去。

同单位转业干部徐晓路下海经商，成立了青年模特广告公

司。徐老师见我平时头脑灵光，颇有生意头脑，就同意让我到他的公司当广告业务员，把我带进了广告这个行业。虽然当时的底薪只有三百元，但我经常凭着一股子冲劲，凭着我的三大法宝：脸皮厚、脚掌厚、名片厚，拉到十几万元的广告单。

财富有的时候并不会光顾那些自信满满想干一番大事业的人。这并不算是失败，很多事情无所谓成功与失败，不过是尝试与未尝试、做成与未做成而已。

不必计较这些结果，即使事情没有做好。人生本来就是一个又一个波峰与波谷起起落落的过程，这才是真正的奋斗之路。


当业务员时的我

万事开头难
——第一次创业

人生充满了无数的第一次，而每个第一次都会使你充满了无限的遐想、好奇和热情，但同时也是对你的挑战。你会渴望实现一次新的飞跃，达到一个崭新的高度，看见一个全新的、充满成就感的自我。

人生的第一次尝试总是让人全力以赴，尤其是第一次创业，你虽然会异常地相信自己，但内心还是充满了太多的不确定，因为一切都是未知的，自己所能做的只有不断地去实现。

梦想也好，希望也罢，总是鼓舞着自己不断地去开创，一直向前冲。



有一次跑完业务回到公司，筋疲力竭，正好赶上老板外出，我就到他的座位上坐了下来。座椅的前面摆着一张气派的老板桌，椅子上铺着软垫，还可以随意转动。真是舒服极了，坐在上面不由想象着自己当老板，指点江山的神气模样，刹那间，我萌生了创业的念头。

后来我兼做华谊音响广播公司的业务员，负责“大家唱”的业务（当时流行的一种直径三十公分的黑胶唱片）。一次推销唱片的时候，我认识了后来创业的合伙人刘小艺。1994年上半年，我们的第一家公司——艺林贸易公司诞生了。当时的想法很简单，就是挣钱，我们眼观六路耳听八方，到处寻找商机，什么挣钱就做什么。

我们先后卖过台湾的零食、泡面，还贩过麦皮和山东老家的特产，生意做得顺风顺水。以麦皮为例，当时从山东进价是每斤两角八分，运到厦门每斤能卖到七角八分，一火车的麦皮一去一回可以净赚一万多。每个月卖两批麦皮就有两万多的收入，这在当时相当于在厦门市区买一套房子的数目。

年仅二十岁的我意气风发，似乎能感觉到大好前程在向我招手。二十岁生日那天，年少轻狂的我包下了当时厦门最好的夜总会——厦门之夜，请了许多好友一同庆祝。当时踌躇满志的我对未来充满了信心，充满了无限的期待。然而，在不远处



我和创业合伙人刘小艺



我和第一个客户韩兆勇

等待我的却是一场噩梦。

决定创业时，需要激情与胆识，而一旦开始创业，内心可以火热，但头脑却要格外地冷静，保持理智。因为把握不好尺度，很容易出现问题，一个不小心，一个考虑不周，就可能损失惨重。

创业与打工不一样。创业者就是一个战略家与指挥者，眼光必须长远；不能被动地听之任之，而是要主动地去思考，处理好影响全局的大小问题。

不要让狂热冲昏头脑，创业也许不是很难，但也绝对没有想象的那么简单，最起码创业初期是艰难的。根据我的创业经验，我想告诉那些现在想创业的朋友：创业之前，一定要做好迎接困难的心理准备，要充分考虑到日后可能会出现的各方面问题，同时确定所选的创业项目是否适合自己，因为创业行为能否成功，与我们的性格、兴趣等有很大关系；而创业之后，就要有“一不怕苦，二不怕死”的精神，目标明确，坚定执著，直到创业成功。

如果一切准备好了，那就开始行动吧。

第二章

一场风雨，一段彩虹



一种深不见底的绝望感和无力感开始笼罩着我，我的人生似乎随着劳教所铁门哐的一声戛然而止。难道我的青春就要荒废在这高墙里，梦想就要破灭在镣铐中，人生就此黯淡下去吗?

生命中一段灰色的日子
——成了一名劳教人员

人生总是变幻莫测，虽然总会有一些经历让你不堪回首，但年少的我们总要经历一些才能成熟起来。当猝不及防的遭遇降临到头上，应该做的就是平静下来，接受一切。因为没有什么会永远停留，当一切的不顺烟消云散后，某年某月再回想起来，你可能发现那也是一段有收获的岁月。

1994年8月10日，是我这一生都忘不了的日子，因为在这一天，我失去了宝贵的自由。

当时大家流行用BP机，从1990年开始，传呼台如雨后春


我的好友霍士健和刘宏杰

笋般涌现出来。我和同乡的两个好友看到了传呼市场的繁荣，认定这将是一个大好的商机，于是委托一家厦门的进出口公司为我们进口了一台摩托罗拉的主机，合计着办一个私人传呼台。两个好友也因此特意来厦门考察购货。可没想到不久我就出事了。

那个时候全国各地音像店盛行，我的合伙人刘小艺在同安就有一家录像带的出租店。巧的是我其中一个好友的姐姐也在山东老家开音像店。在山东租一张碟片要五元，而在厦门售价才九元。我的好友因此在离厦之前，特意去了趟同安，想给他姐姐买些碟片带回去。当时我因为有事要处理，就没有陪他一起去，所以根本不知道他买的三箱碟片中竟然夹杂了非法碟片。

因为碟片的数量比较多，我担心飞机安检时碟片会被扣押，于是退了买好的机票，改走铁路。然而，上火车前，这些碟片还是被扣了。护友心切的我二话没说让朋友先行离开，独自一人留下接受检查。当时年轻气盛的我并不知道全国正在进行严厉的“扫黄打非”活动，而夹杂在其中的几张非法碟片给义气用事的我招来了灾祸。

一时间我被冤枉成了涉黄违法的典型，在《厦门日报》的头版出现了“秋风扫落叶，在厦查获淫秽录影带一百多盘”的文章。

原本以为只要拘留十五天，一下子被收审了五个多月。现在我还清楚地记得当初被收审的情形：身上穿的是鳄鱼T恤、FUN的牛仔裤和雷宝的运动鞋，身上还偷偷揣了一千多块钱的现金，进的是“文明号房”。然而，“文明号房”里住着的却是并不文明的收押人员。

号房的铁门哐地一声关上了，等干警走了以后，上下两层的号房立马像炸开了锅一样。号房的人一边敲着铁门，一边起着哄“新来的，新来的”。我哪里见过这样的场面，心里不免有些害怕。

同一号房里还有一个五大三粗的中年人，他懒洋洋地用闽南语问我：“哪的？”我也用闽南语答道：“山东的。”他似乎听出了我的外地口音，又问了一句。我提高了音量：“山东的”。没想到他大呵一声“装什么本地人！”就腾地朝我扑

了过来，我还来不及反应，一阵拳打脚踢已经落在了身上。很快，我就被打得昏死过去。等我醒来的时候，身上的衣物和现金都已不见了踪影。

被收审了之后，就再也没有人过问我的情况。漫长的十五天过去了，我以为能获得自由了。然而，翘首期盼了一整天，还是没有结果。

暗无天日的日子过了一天又是一天，一种深不见底的绝望感和无力感开始笼罩着我。我的人生似乎随着那铁门哐的一声戛然而止，对未来的无限遐想也在这高墙、铁窗、污浊的空气中分崩离析，只剩下赤裸裸的恐惧和茫然。我要过多久才能重见天日？这黯淡痛苦的每一天要如何度过？现在可是我一生中最好的年纪呀，难道我的青春就要荒废在这高墙里，梦想就要破灭在镣铐中，人生就要在铁窗里黯淡下去吗？然而一切都没有答案……

其实，朋友犯了错，这种保护朋友的行为未免有些鲁莽。但是当时那种情况，如果我一走了之，内心一定会受到谴责。所以，虽然承受了很多本不应由我来承受的打击和屈辱，但是想到朋友可以不经受这些，也算给了朋友一次悔改的机会，心里还是很欣慰的。

英国诺丁汉大学心理学博士理查德·滕尼，关于人的

幸福感与朋友之间的关系进行了调查研究。结果发现，英国人的幸福概率取决于个人所拥有的好朋友数量。

但研究人员在公布研究结果之后不久又补充说明：个人拥有好朋友的人数多，并不代表就必然幸福；好朋友对人幸福感的影响并不在于人数的多少，而是朋友之间要真诚地用心交流，倾诉心声，这样才能更好地维系友情，彼此创造出更多的幸福。

山东有这么一句话："要致富先修路，路到哪里富到哪里，大路大富小路小富，多一个朋友就多一条路。"只有真诚地对待朋友，才可以交到真诚的朋友。

努力是我永恒的旗帜
——在劳教所高唱“一二一”

无论是什么原因导致的错误，错误终归就是错误，没有必要去刻意掩饰，必须勇敢地去面对。但当我们面对错误时候，一定要深刻地分析原因，思考接下来该如何去做。

总之，无论遇到什么事情，承受的人终究是自己，需要的付出和改变更是要靠自己的努力来完成，否则就永远也不可能走出低谷。

直到1995年1月23日，苦熬了五个多月的我才得到一个确切的消息：我要接受三年的劳动教育。这对我是一个巨大的打击，只不过是想保护自己的朋友，只不过是几片非法的光碟，

怎么就要让我付出这么大的代价？但这同时又是一种解脱。至少，我的心里有了个盼头。

父亲为了能够把我解救出去，倾尽家产，四处奔波。母亲为了能够就近照应我，不远千里来到厦门。没有工作的她靠捡垃圾贴补家用，三餐吃的还不如劳教所里的我。我心疼母亲，总是把每餐分的肥肉攒起来炼成油，等母亲来的时候让她带走。在铁窗里望着日渐苍老的母亲缓缓离去的样子，我暗暗发誓：一定要在跌倒的地方爬起来，决不放弃，再苦也要撑过去，有朝一日一定要做一个让人看得起的人！

就好似一个人在黑暗中呆久了就会渐渐适应，也能隐隐约约看见周围的轮廓。再不堪的环境，只要有一份积极的心态，也总能找到生存的办法。我慢慢悟出了一个道理：永远是人去适应环境而不是环境来适应人。既然已经到了这份田地，唯一能做的就是去适应，并且竭尽全力争取早日回到社会。

有了这样的信念和目标后，我的心也就跟着平静下来。我渐渐适应了劳教所的生活。在体校和部队磨砺出的那份坚毅果敢和山东人的豪爽性格，很快让我在众多劳教人员中脱颖而出，我被选为大班长，负责协管新入所的人员。因为每天要带新学员操练，大家给我取了个“一二一”的外号。

与此同时，我还抓住一切可能的机会争取减期。作为大班长，本可以不用参加劳动，但参加劳动可以换工分，用累积的

工分可以换取减期的机会，所以我总是积极地参加各项劳动。此外，我也积极参与劳教所组织的演讲比赛、办小报等活动，以争取加大减期的机会。

劳教的生活也给了我大量的时间来思考和规划自己的未来人生。我开始静下心来学习，阅读了大量广告和营销方面的书。同时，在协管形形色色的劳教人员的过程中，我学会了察言观色，学会了与不同人打交道，知道了什么样的人可以为伴，什么样的人不可以为伍，这些都对我日后的事业有很大的帮助。

劳教生活既然无法避免，那就一定要设法从中得到有价值的东西，不能白白地承受痛苦，这可能也是对待无法改变的境遇的最好方式吧！

刚开始的那份抑郁与挣扎后来也慢慢释怀了。这也许是我这辈子一定要过的一关，过了这关我才能真正成熟起来，才能不再轻狂，变得更加踏实。

其实，每个人都要经历“劳教”，只是各自的形式不同罢了。当你跌入人生的低谷，只有通过不断的努力才能争取到向高处腾飞的机会。而这份努力从来都不需要外力的推动，因为来自心底的力量最强大。

当梦想遭遇残酷的现实——兜里只剩三分钱

实现梦想的道路漫长曲折，荆棘密布，然而一份执著就会让我们产生无畏无惧的勇气。可当梦想遭遇残酷的现实时，很可能会出现一种尴尬的境况——梦想在现实中搁浅。也就是说，沉重而真实的现状往往告诉我们，并不是所有梦想都会实现。

但当梦想遭遇困境暂时无法实现，而且方方面面都不符合我们的预期时，一定不能坐以待毙。这个时候，行动起来比什么都重要，只有行动才有改变的机会，一句话：行动才能拉近我们与梦想的距离。



我把早日回到社会当成我的目标，并且为之付出了不懈努力。1996年7月16日，因表现良好，我提前一年半获得了自由。我曾在念中专的时候因缺乏信心放弃考大学，在准备考军校的时候临阵脱逃……然而，这一次，我学会了脚踏实地的坚持，没有再放弃。终于凭着自己的努力，我完成了我既定的减期目标。

当我踏出劳教所的大铁门时，终于明白了什么叫如释重负，什么叫自由，什么叫重获新生。看到来接我的双亲时，我不禁流下了眼泪。经历过的辛酸，遭受过的不公，内心的积郁终于能够在此刻肆意地释放，那颗年轻的心终于可以不用被牢牢封锁了。

然而，与社会近两年的脱节、违法的不良记录和禁闭了近两年的希望，让我在重获自由面对未来时，感到无比的迷茫和无所适从。

从劳教所出来后我才发现家里已为我花光了所有的钱。一家人几乎连住的地方都没有，租住在东渡一间不足八平方米的杂物间里。母亲和妹妹住在屋里，我和父亲睡在无法遮风避雨的走廊里。为了维持一家人的生活，找不着工作的我一度和母亲一起捡垃圾。

在劳教所里认识的一些朋友看到我的情况，纷纷向我伸出

了援助之手，甚至有的开出了万元月薪，但都被我婉言谢绝了。他们看中的是我协管劳教人员时的那份魄力和威信，所以希望我能为他们管理夜总会。但我在劳教所里苦熬的五百多个日日夜夜并不是为了这样的结果，我清楚地认识到，有些路一旦走错了，就永远回不了头。我要做一个堂堂正正、让人看得起的人。

我记得当时因为好面子，白天不敢出门捡垃圾，总是到了夜深人静的时候才出门。然而，到了这个时间，每个倒垃圾的地点都已经被搜寻一番了，很难有什么收获。当然如果遇见有人搬家是最好的，我就会在一旁等着人家一趟一趟地把不要的东西清理出来，我再从中寻找可以卖钱的东西。

转眼过了四个月，我还是没有找到工作，生活似乎把我逼到了一个绝望的死角。一个堂堂的男子汉怎么就落魄到了如此田地？找不到工作，要靠捡垃圾为生，让家人过着苦不堪言的生活……不能再这样下去了！我一遍遍问自己：怎么办，该怎么办？揣着兜里仅剩的三分钱的硬币，听着身旁日益衰老的父亲的鼻息，我辗转反侧，思绪万千。隔天，我鬼使神差地拨了“王哥”的电话，答应到他的夜总会去工作。

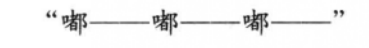
挂掉电话后，我的心中更是五味杂陈，感到极度不安。难道又要踏上一条不归路吗？万一以后有个三长两短又如何对得起我的家人呢？无比忐忑之下，我再一次拨打了之前效力过的厦门青年模特广告公司徐总的电话——在这之前，他的电话我



已经拨打了无数次，但始终无人应答。

这是我仅存的一个希望了。

电话终于拨通了，听着那头一声声的“嘟”响，我的心提到了嗓子眼。


“嘟——嘟——嘟——”

我在默默祈祷着……

“……”

“喂！”

奇迹发生了，徐总接电话了！后来我才知道那段时间他因为遇到了一些事情，基本上不接任何人的电话，那天接我的电话也纯属偶然。

终于绝处逢生了，我成功地争取到了回去工作的机会。

因为捡垃圾的经历，到现在我还保留着不随意丢弃饮料瓶的习惯。当时兜里唯一剩下的三分硬币也跟了我好多年，我将它随时带在身边用以自勉。直到后来在一次回所帮教的活动中我将它送给了一名即将解教的劳教人员，希望借这三分钱的硬币鼓励他走出困境。



每个人都曾有过放弃的经历，在我迷茫、惶恐、束手无措的时候，我差点放弃原来规划好的发展方向，走了歪路。还好，最后我及时纠正了自己的错误，并再次告诫自

己：没有光明的不归路是绝对不能走的，一定要堂堂正正地做人。

有时候，哪怕是一点点改变的行为，也能够给我们带来坚持下去的动力。总之，无论怎样都不要放弃自己，就像《士兵突击》中的口号一样，“不抛弃，不放弃”，总有一天会看到希望，实现梦想。

生活之门永远是敞开的——第二次创业

在我生活最艰难的时候，得到了贵人的帮助。但是，有贵人帮助，并不意味着梦想就离你很近，美好生活的大门也不一定会就此打开。接下来会怎样，谁也无法预料，做好眼下的才是最现实的。

徐总此时在漳浦开了家生意惨淡的夜总会。我奋力工作，在他开的夜总会里一手包办主持人、现场经理、策划等各项工作。在我的努力下，夜总会的情况慢慢好转，但是因为时有客人只签单不付账的情况发生，所以利润还是一直上不去。

而这时原来的青年模特广告公司已经停止运营很长一段时

间了。我看夜总会再支撑下去也没什么意义，就提出承包青年模特广告公司的想法，得到了徐总的支持。拿着徐总给我的钥匙，把原来的办公室里里外外打扫一遍，把桌子一拼，办公和睡觉的地方就算有了。

公司最初主要是接名片制作、复印、打字这样的小业务，经过了半年的努力，我渐渐能接到一些大一点的单子，经营有了起色。可就在这时，属于国企性质的青年模特广告公司被收回重新发包，因为出不起太高的承包价，我于是又失业了。

这次的失业让我决心再次走创业之路，我创办了"豪情文具礼品"。原本有稳定工作的阿红（我当时的女友，现在的妻子）也辞去了工作和我一起开创属于我们的事业。两人



我创办的豪情文具礼品店

干劲十足，既经营文具、礼品、办公用品，也承接广告策划、平面设计、展览布置、灯箱招牌、名片设计等业务。为了拓展更多的业务，我们起早贪黑，热情待客，还提供送货上门的服务，因为价格低，又保质保量，很快便和顾客建立了很好的合作关系。

我们的生意做得有声有色，很快便由一间不足二十平方米的小店发展成该片区最早的文具、办公用品自选超市，后来又衍生了“吉祥鸟企划有限公司”。在发展的过程中，我们逐渐争取到一些集团和机关客户的订单，这加速了我们的发展。到了2000年，我手头上已有了二十多万的存款，买了辆旧车，并且和太太计划买房生宝宝，实现了我三年买车五年买房的计划。然而，接下来的一场豪情壮志的策划又让这幸福美满的一切瞬间化为乌有。

美国文学家梭罗曾说：“最令人鼓舞的事，莫过于人类确实能主动努力来提升生命的价值。”创业其实就是一个提升自我生命价值的过程，要通过坚持和奋斗，才能将事业做得有声有色。我的第二次创业成功就是和妻子一起努力的结果，想想当年我俩吃过的苦，让我没有理由不珍惜现在的生活。

第三章

卷入“谍云”风波

• • • • • •

“银鹭”号带着我们的期许起航了，但我的人生并没有因此风生水起。谁也没有想到，一次单纯的航行却演变成了一起轰动全球的政治事件。人生再次触礁，我该何去何从……

用专业的方式爱国
——拳拳爱国心

“隔行如隔山”，外行人永远不可能用专业的眼光从事或参与到他人所熟知的领域。既然这样，我们为什么不力争成为一个领域的专业人士呢？

不专业就没有办法深度发展，也就不可能利用专业技能为自己和行业创造价值。像在工作中，如果别人需要你的专业特长，而你则已经完成了一个专业人士的积累过程，就有能力进行指导，如果恰逢时局需要，又可以把爱国这一主题与情怀融入其中。这是一个多好的契机啊，能够充分地表现我们的职业素质与博大的胸怀。

2000年是台湾政坛风云变幻的一年，国民党下台，民进党上台，不时有人大放厥词鼓吹台独，妄图利用换届这一机会达到分裂中国的目的。

而厦门这个离台湾最近，在晴好天气里与金门触目可及的城市，是最能体会两岸关系波澜涌动的地方。

此时有一个叫魏军的航海爱好者找到我，希望我帮他策划一场环球的海上之旅。由于他经验不足，我建议他把“环球”改成“环中国海”。

与此同时，有感于时局，我策划了“中国海疆之旅”，展示当代中国的发达和改革开放二十年来中国发生的日新月异的变化。

“中国海疆之旅”包括三个航段：

第一个航段——环台湾岛

我们将这一航段的主题定为“兄弟姐妹要团聚”，希望能传达民众希冀和平统一的声音。通过对海上艰苦航行的挑战，展示人们对祖国统一的意愿；以航行所拍摄的台湾岛外景图片为引子，结合厦门市历史图片与近几年建设成果的图片，表达对两岸三通的展望。

第二个航段——美丽的南中国海

南海诸岛的领土主权和自然资源总是受到一些国家的觊

觎，希望这一航段及随后的影展，能为我国青少年海洋科普教育提供一点素材，也能直观、生动地向全社会展示南海诸岛美丽的自然风光、富饶的矿产资源。

第三个航段——海上看中国

在新中国成立以前，海岸线一片狼藉，侵略者带来了鸦片与战火，带走金银珠宝和对中国“东亚病夫”的印象。新中国成立以后，尤其是改革开放以来，海岸线重焕生机，高楼林立，各国商贸船只熙来攘往。我希望通过一条无动力帆船挑战从广西东兴到辽宁丹东这一漫长的中国海岸线，以展示中华民族勇于探索和挑战极限的精神风貌，并通过“海上看中国”的科研、考察、探险活动，举办国容图片展，展示中华民族的伟大复兴。

三个航段的设计构想都是从表达爱国情怀这一方面入手的。

每个人都是爱国的，但是在某些特定的时期与境况下，人们的爱国意识与情怀会表现得更为突出。通过自己策划的项目，将自己的爱国心淋漓尽致地表现出来，这是非常有意义的，既能圆满地完成工作，又能在工作中表现出一种人文的大情怀。

制衣的商人要考虑到衣服的布料是不是绿色健康，做



图书的人要考虑编写、宣传的内容是不是积极向上，做厨师的人要考虑自己做的饭是不是卫生又有营养……当各行各业的人都在努力地提高自己的专业技能和职业品质，未来就一定会越来越好。

充分计划，积极面对变化
——“银鹭”号扬帆起航

我们做任何事情都要有一个计划，而且还要计划好，然后再按部就班地去做。如果没有目的和计划性，东忙忙西忙忙，看似很努力，但到最后察看结果，很有可能是一团糟，完不成既定的目标和任务。

事情安排和计划得越充分越好，将每一处细节，每一个可能出现的纰漏，每一处难度大需要多下工夫的地方都做到心中有数。只有这样，当我们按计划实施时，才能心里踏实、心态平稳，才能做到不害怕、不慌张，将事情顺利地进展下去。


J/24
J/24
兄弟姐妹要团聚
CHN00
銀鷺
“银鹭”号中国海

我们与厦门同茂食品罐头有限公司（银鹭集团前身，以下简称“同茂公司”）有些业务往来，于是我找到了他们的企划部经理王光满，向他阐述了我的想法。他将这个企划案提交给企业高层后，得到了积极的回应。

当时的同茂公司主要做批发，依靠通路销售，处于发展的初期，希望通过做一些公益活动来推动品牌的建设。企业高层认为这样的活动很有意义，主题符合时局，形式也颇为新颖，考虑一番后拍板决定赞助“中国海疆之旅”第一个航段。于是，我们将要远航的无动力帆船命名为“银鹭”号（银鹭是当时同茂公司的一个产品品牌），并于2000年5月6日正式签订合同达成合作。

环台湾岛航段总预算十二万元人民币，同茂公司作为独家赞助企业，拥有冠名权、全船广告权、船员服装广告权等。同茂公司支付了第一批赞助款六万，企划部经理王光满亲自上阵，随船航行。

我们还确定了随船的其他人员：

张　力　《北京青年报》记者部主任

绍勇言　鼓浪屿帆船队业余运动员，建筑设计师

魏　军　北京市运动器材公司职员

李　涛　北京市运动器材公司职员



环台湾岛航段航线设定为：厦门—金门岛—澎湖列岛—兰屿—绿岛—花莲—基隆—马祖—厦门，总航程为一千五百多公里，预计航行时间八至九天。考虑到5月20日陈水扁即将就职，我们的主题又是“兄弟姐妹要团聚”，便将起航日期定为5月11日。

在策划过程中，我自己也摩拳擦掌，希望能够亲自上阵，但鉴于陆上需要统筹与联络人员，外加妻子怀孕也需要照顾，我只好退居幕后。

2000年5月11日17时，我们在和平码头举行了一个简短而热闹的起航仪式，包括厦门在内的福建各大媒体都受邀出席了仪式。同茂公司掌门人陈清渊也亲临现场发表讲话，向五名船员授奥林匹克运动旗。

为了传达对两岸关系的美好祝愿，我们在码头上升国旗唱国歌，并且在主帆上贴了“兄弟姐妹要团聚”的标语。船员们清一色白衣、白裤、白鞋、白帽，意气风发地踏上了征途。

就这样，银鹭号带着从海上看中国、企盼海峡两岸和平统一、维护钓鱼岛主权的愿望，从厦门港和平码头起锚，扬帆出





简短而热闹的起航仪式



银鹭号顺利起航

海。断然想不到的是，我的人生并没有随银鹭号的起航而风生水起，而是再次触礁。

很多时候，我们做事都应做最好的准备，而做最坏的打算。因为就算我们计划得再周全、再完备，也有可能出现意外的变化。因为我们永远都无法预测和把握客观环境的变化。所以，事前我们要事无巨细地做好一切准备，但是当问题和变化出现时，我们也不要乱了阵脚，因为那都是于事无补的，反而会使情况变得越来越糟。一旦出现问题和状况，总有一个最佳的调整、补救时间。如果我们只顾着着急紧张，错过了最佳的时间，后悔的就只能是自己了。

当面对问题和出现的变化时，唯有积极地面对并调整，冷静地找到解决问题、改变危机的办法，才是应该有的举措。凡事都要不慌不忙，冷静、理智地对待。

变故突生，镇定面对
——银鹭号“触礁”

古语云：“凡事预则立，不预则废。”没有人知道明天或下一秒会发生什么，安排好的事情会变成什么样。所以，在开始行动之前的准备阶段，一定要充分地思考，进行详细、周密的调查分析。而进行中也要小心谨慎，不能有半点疏忽。因为只要是事情还没有顺利地完成，就什么问题都有可能发生。所以，我们一方面要积极地行动，另一方面也要让自己有充分的心理准备，这样就能做到既对事情有信心，又能承受突如其来的变化。

银鹭号就是这样带着我们的期待和牵挂起航的。

12日，一切正常。

13日，一切正常。

14日，银鹭号呼叫无应，与船员失去联络！

……

船员的手机是国际漫游，船上也配备了VHF高频电话、GPS定位，可都毫无回应。大家都慌了，家属们一直找公司要人，要丈夫、要儿子……

数日过去了，还是毫无音讯。我也越来越焦急，忙着从各方面打听消息，同时向海事局报备，寻求官方的帮助。5月19日，在失去联系数日之后，官方已准备要发出“红色搜救令”。此时我才终于辗转从北京张力的弟弟那得到消息，银鹭号被扣，但船员生命平安。

得此消息众人都长舒一口气，我作为活动的策划人更是心中的大石放下了一半。船上五人都生命无忧，这是最大的幸事。我们坚信只要人员安全，其他的一切问题都可以想办法解决。

后来才得知，船员由于疲劳，没有把握好航向，银鹭号于5月14日误入了台南禁海域，越过了“九二共识”划定的台海边界线，因而被扣押。

5月14日，当天清晨，台湾刚成立不久的海岸巡防署查获一艘进入台湾海域的“大陆机帆船”，海巡署将这艘船押回台湾，而船上的五名男子则送往宜兰靖庐分别隔离收容，等待进一步调查。

海巡署表示，海巡队是在距离台南县曾文溪出口八海里处，发现五名大陆男子驾着一艘名为“银鹭”号的机帆船，“非法闯入”台湾海域……仅有一个小型动力马达……上船盘查时，却发现船上有八台单眼照相机、一台数位相机、一台摄录机、航海图、美金、新台币、三盒保险套、多卷底片，且部分底片用保险套包住。……底片冲洗后发现，多是台湾澎湖海域重要设施的照片……情治人员也指出，船上搜获的海图并非一般民用，而是极精密的军用海图。……由于发现的物品并不寻常，这些人又都没有船员证，因此怀疑这些人身份不单纯，可能有其他不寻常的动机。再加上这五名男子私自闯入领海，已经有触法的事实，因此将他们带回部队处理，并以违反国家安全法等罪嫌，移动台南地检署侦办。……根据种种迹象判断，这很可能是一艘查搜情报的间谍船……

《亚洲周刊》（2000年6月5日）

时值台湾政坛的非常时期，在两岸的紧张时局下，全球都在关注着台海时局的变化，媒体的长枪短炮对准了这里，有一

丝的风吹草动都足以令他们“兴奋不已”。“间谍”这一极其敏感、耸人听闻的字眼，瞬时聚焦了全球的眼光，一个单纯商业行为无端地演变成了一起轰动全球的政治事件。

世事充满了变数，什么都有可能发生。每个领域、每个行业，甚至每个国家都可能会因为一点细节方面的小失误，每天都有人们不愿意看到的事情发生。

细节决定成败，不管事情多么小都要给予足够的重视，任何一个环节都不能忽视。如果因为一时疏忽而酿成大错，那么后果只能自己承担。而当事情出现后，如何采取最佳方案迅速有效地解决，是每个人都要面对的问题。

争取任何一个转机
——处理危机

每个人在生活或者工作中都会遇到很多令人焦头烂额的事情，但是烦恼归烦恼，慨叹归慨叹，一味地消沉是于事无补的。

就像银鹭号事件一样，尽管困难重重，但是我们也需要努力地想办法，不放弃任何一个可能的机会。冷静而理智地面对，快速地转到对解决问题有帮助的方面，利用一切可以利用的资源，积极主动地把问题解决好，这才是我们遇到问题时应该有的态度和行为。



事件发生后，除了随船人员家属，最紧张的就是我了。

“中国海疆之旅”是吉祥鸟企划公司成立后的第一个大型活动。事情发生后，我的公司基本上处于半运营状态，每天最重要的工作就是处理与银鹭号相关的事务。为营救被扣押的五位船员，我频繁奔波于京厦两地，寻求政府和媒体的帮助。

19日接到银鹭号被扣的消息后，我们立即呈报至海事局；22日，向厦门台办报备了船员被扣情况，希望得到支援。厦门政府一时间十分紧张和关注，因为各部委、各安全部门事前都对“中国海疆之旅”和银鹭号毫无了解，惊讶怎么会有一条厦门船突然闯入台湾禁海。

这其中的缘由颇有些不凑巧。银鹭号的起航仪式虽然邀请了很多的电视台、报纸媒体参与，但不巧当时有一个由台湾全球华人竞争力基金会、台湾电机电子公会等机构组织的大型台商考察团在厦门进行访问。该考察团在厦门宾馆有一个交流活动，时间上与我们的活动产生了冲突，导致银鹭号起航仪式在厦门电视台和其他媒体上的很多新闻被挤掉了。



相关方面都在焦急地等待着银鹭号的处理结果

身正不怕影子歪，起航仪式虽然不如预先设想的那样得到广泛关注，但“中国海疆之旅”本身就是一个堂堂正正、公开进行的活动。13日的《福建工商时报》、17日的《厦门广播电视报》以及《沈阳日报》、《北京青年报》等媒体都报道了我们的信息，这些报道足以证明银鹭号从事的不是所谓“谍报”行为。

但当时敏感的政局对我们的营救行动很不利。民进党不承认“九二共识”，台独论在岛内重新抬头，“汪辜会谈”进展颇为不顺，两岸几乎断绝了沟通，连海协会和海基会都暂时停止了沟通。起航前我们考虑过前往钓鱼岛，声援“保钓”，所以没有得到确切消息前，我们以为银鹭号是被日本方面扣留了，甚至想过通过外交途径进行引渡。可事实上，由于当时海峡两岸的紧张关系，使得交涉的难度甚至高于外交谈判。

正如《亚洲周刊》所言：“台海谍船案政海漂浮”，该事件可能令两岸关系绷得更紧，但如果能够通过谈判释放人船，这一事件也可能成为两岸恢复沟通的契机。

厦门政府方面给予我们很大的支持和安慰，一直积极主动地通过各种途径进行营救活动。政府通过台湾新党的一个立委，通过台湾海峡两岸人民服务中心，进行两岸的信息沟通，与台湾方面大力斡旋。

随后，《中国时报》报道，台南地检署某检察官透露，某政党“立委”及市议员频频关切施压，要求和五名疑似“匪



谍”会面，被他谕令禁止。

尽管困难，但事态仍在多方努力下逐渐好转。

6月8号，海协会联络部致函台湾两岸人民服务中心，要求该中心转告台湾有关方面释放银鹭号五名船员。

6月15号，船员通过红十字会给家人写信报平安。

7月28日，海基会致函大陆海协会，称将提供必要的安排，欢迎海协会人员陪同银鹭号成员家属前往台湾看望船员。

9月20日，在分别四个月后，银鹭号船员终于得以与家属相见。正如一位立委所言，让家属与船员会面是善意的互动，为两岸互动关系树立了新模式，两岸关系的恢复就是从一点一滴的善意互动开始的。

事件发生后，同茂公司方面十分紧张，怕会给企业带来负面的影响。我身为整个活动的策划人，应当担负起责任。于是我主动揽下了所有对外发言的事务，积极地与境内外媒体联系，并接受采访。我接受了VOA的专访，凤凰卫视也在一段时间内对这个事件进行了高频度的曝光和讨论，TVBS、台湾的各大媒体也陆续加入。《亚洲周刊》在封面专题中对事件进行多方剖析，刊发了对我的专访。我尤其要感谢当时香港的《明报》配合我们做了大量的报道。媒体的声音给台湾方面施加了压力，为该事件的解决起了助推作用。



亞洲週刊
六四精英在류亡中尋求救贖
台海間諜船之謎
廈門帆船被台北扣押內情
空飄汽球
也曾起風波
台海諜船
政海漂浮

从策划银鹭号海疆之旅，到获知船员们出事，再到设法解决银鹭号问题、搭救船员，在这一系列事情中，参与到其中的人关键时刻都甘当大任，临危不惧，镇定自若，这些都是应对问题时需要的能力和素质。

坚守立场，坚信成功——扭转事态

在解决问题的过程中，越是到最后，越要提高警惕，因为自古以来，有太多的事情都是功败垂成。哪怕是一个微小的细节，也不能轻易放过，更何况是关于是非立场、民族大义的问题。

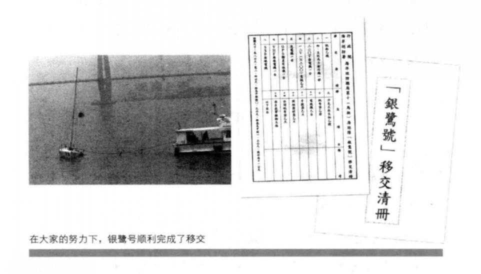
能做的事情都做了，现在能做的就是等待处理结果，天理昭昭，我相信会有一个好的结局。

终于，2001年1月17日晚，连江琯头镇，台轮停泊点，五名船员在被关了二百多天后，终以“并未涉及军机”、“查无证据”而“不起诉”获释，返回大陆。国台办派省台办、厦门

台办有关工作人员，到连江琯头镇台轮停泊点进行移交。移交过程中还发生了一个小插曲：在台湾方面提交的那一张繁体版交接清单上出现了“中华民国”的字眼，我们坚决拒绝在上面签字。后来重新打印了一份简体版，改称“中国台北”，我们才签字，完成了移交程序。

事后，国台办在全国媒体上专门发布了一个声明，澄清银鹭号事件，将这次航海之旅定义为“一次纯粹的民间行为、商业活动，而非政府行动”。

而《北京青年报》记者张力返回大陆后，也亲自撰写了一系列文章，披露银鹭号事件，又引发了一次媒体的关注热潮。《台湾杂志》针对此次事件更是特意安排了一次专访，以记录这次具有纪念意义的“两岸三通”之行。



在大家的努力下，银鹭号顺利完成了移交

无心插柳柳成荫
——银鹭集团的意外收获

“有心栽花花不发，无心插柳柳成荫”，生活有时似乎在故意和我们开玩笑，因为努力为之的事情常常办不成，而不经意的举动却出乎意料地有了收获。

人们在生活中经常会发现这样的“成功典范”，然后感慨一番，觉得人生真是变幻莫测，世事难料。

然而仔细地分析，更深层次地去探究，就不难发现，很多事情绝对不是“有心栽花花不发，无心插柳柳成荫”。“有心栽花花不发”，是因为积累、努力的程度还不够；而“无心插柳柳成荫”，是因为一切准备就绪，成功以另一种方式出现而已。

各大媒体对银鹭号事件的报道之密集，甚至引起了很多国家元首的关注。而银鹭这一品牌也因此家喻户晓，这可算是不幸中的一大意外之得。

同茂公司原先希望通过赞助中国海疆之旅来对品牌起到一个宣传的作用，通过媒体曝光和后期的图片展示，来提升知名度。但事出突然，这么一个纯粹的商业营销活动，意外变成了一个政治事件，这在当时是包括我在内的所有人都完全没有预料到的。

银鹭号被扣之后，我建议同茂公司主动展开一些危机公关应急活动，例如在香港召开新闻发布会，并负担起银鹭号家属赴台探亲的全部费用，等等。但当时的同茂公司尚且处在准备建设集团公司的阶段，危机公关处理系统比较薄弱，经验也不足，这一系列危机公关活动到最后没能成行，同茂公司也因此错失了众多借势宣传品牌的机会。

但即便如此，银鹭号事件转变为“政治事件”后，媒体空前的报道和由此引发的大范围的讨论，都是一般的广告宣传所不可比拟的。尤其是后来国台办在所有媒体上刊登的那份银鹭号的公开声明，使得它的曝光率达到了前所未有的高度，为银鹭品牌打开了新局面。

银鹭号事件平息后，同茂公司改组成立了现在的银鹭集

团。我也因此同银鹭集团建立了良好的合作关系，后来还为其引进“阳光文化”，参与策划了银鹭二十周年的纪念活动。

对于要树立品牌、提高知名度的银鹭集团来说，这次的收获的确是意料之外的一个结果。

媒体频繁的报道，当然不会漏掉和这次事件有关的任何一方，所以银鹭自然会被牵涉其中，这也是在所难免。然而无论何种宣传，一般都是好坏参半。所以对于一个企业来说，无论遇到什么问题，都要有一个积极的解决态度。这不仅有利于事情的圆满解决，也有利于树立良好的形象和品牌。

责任让人更勇敢地站起——回到原点

银鹭号事件在政治上促成了两岸的对话。银鹭集团经历了一番胆战心惊后也算有了意外之得，但对于我个人来说，这却只是一件吃力不讨好，让人精疲力竭的事。随着船员们获得解救，这一事件划上了句点，但我也耗尽了白手起家累积起来的所有资产，荒废了近一年的公司此时也已经无以为继。再次归零的我，重新开始打工生涯。

在我为银鹭号事件焦头烂额的时候，2000年底，可爱的儿子出生了，新生的生命让我背负起更多的责任。为了给妻儿更好的生活，我白天跑业务，晚上还要靠开摩托载客增加收入，只是为了每天下来可以给家里多挣几十块钱。摩的载客有时也是充满风险的。有次夜里载了两个客人，下了车非但不给钱，还要打人抢车，最终我连滚带爬才得以逃脱。

几年的磨砺已让我越发皮实，作为一名父亲，我的双肩更加有力量。我坚信跌倒是为了走得更远，不论境况如何，心中的梦想之火都不会熄灭。

在事业遭受挫败、人生处于低谷的时候，孩子的降生无疑会加重一个家庭的负担。但没有一个爱孩子的父亲会放弃肩头的责任——为了孩子，不能停下奋斗的脚步，更不能犹豫不前。

无论境况如何，我们都要鼓励自己，不能一蹶不振。为了让爱我们的人放心，为了我们爱的人过得更好，无论责任有多么沉重，都不能放下，而是要想办法更好地承担起来。

当一切归零时，为了东山再起，失意的卧薪尝胆是必不可少的积累和力量储蓄。

俗话说得好，鹰有的时候飞得比鸡还要低。一时的失意不要紧，能够换来长久的成功才是最重要的。

生命的高贵在于内在的坚守——等待阳光

蒸蒸日上的事业惨遭滑铁卢，但是我并不会因此倒下，反而更能激发我的斗志。

当然，在这样的日子里，一个人内心经受的煎熬可想而知。但我是一个内心强大的人，无论身处什么境地，都不服输，都不放弃。

现在跟人讲起我当初打工、进劳教所、捡垃圾、开摩的的经历，很多人都会感到惊讶，但我却毫不避讳，甚至乐于与他人分享我的这些故事，因为它们都属于我逐梦旅程的一部分，这些经历都曾并且还将继续以某种形式塑造着我，影

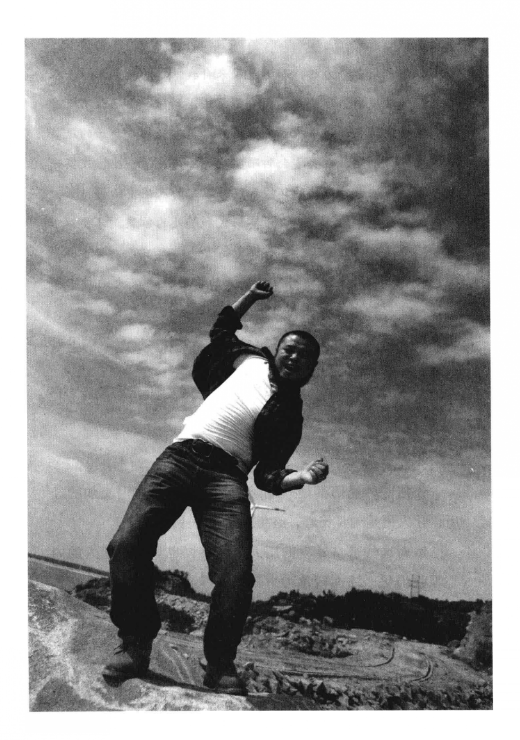
响着我。

梦想是用来努力的，而不是用来自我催眠的。如果一个人在恶劣的环境中，连基本的生存都无法得到保障，还放不下身段，被动地活在幻想当中，那么他肯定是懦弱的。真正的追梦人既要仰望星空，也要学会脚踏实地。活得灵活一些，皮实一些，才能在这意外频传的环境和沉浮不定的人生中活得自如，活得漂亮。生命的贵贱不在于其形式和所处的位置，只要心中有梦，哪怕是一粒尘埃，也一样是高贵的。

只要生命的主干拥有傲然挺立的韧力，在风吹雨打中即使枝叶断臂，根却依然扎得很深，生命之树姿态依然挺拔，依然会享受阳光雨露的恩宠。机遇往往像阳光一样，偏爱时刻都在准备着的人。

任何一种经历都是一笔财富，更何况是血泪交加的经历，让人更是刻骨铭心，终生难忘。

然而这些来自外界的压力与磨难，也只有被强大的内心吸收消化，才能转化为力量，支撑起我们高贵的生命，不断地在生活的沟沟坎坎中，保持内心的火热执著。



第四章

厦门马拉松带我一起跑



厦门国际马拉松赛给我带来了重新崛起的契机，我也因此被评为“厦门市十佳外来杰出青年”。在这期间，拉风的络腮胡子给我带来了“拉登”这个极具冲击力的外号，而且越传越远。

生命之帆的再次起航
——结缘厦门国际马拉松赛

银鹭号事件处理完后，我又不得不从零做起了，但我从没想过放弃。因为我相信，只要在实践中不断打拼，慢慢积累，总有一天机遇会再次降临。终于，2002年我又等来了一个全新的开始，机遇再次向我招手。这一次又会是怎样的机缘呢？结果会不会像银鹭号中国海疆之旅那样？这一切都是未知。但我知道机遇面前，就要放开手脚，大胆地去做，畏首畏尾成不了大器。况且，“一朝被蛇咬，十年怕井绳”可不是我做事的风格。

2002年，我向路桥经济开发公司融资成功，再次创业。吉

祥鸟企划公司变更为厦门新路广告有限公司，我持有5%的股份，并担任董事总经理。新路广告有限公司的股东路桥经济开发公司隶属于厦门公路局。公路局的蔡添强副局长给了我参与筹备厦门国际马拉松赛的机会。我深知这样的机会可遇不可求，对想打翻身仗的我来说有多么宝贵。

在机遇面前，必须迅速反应，主动出击，采取行动。因此，在了解了赛事的大致方向和思路之后，我马上连夜做了一份策划方案提交给组委会。令人高兴的是，我的方案很快就得到了认可，我也因此迎来了人生中最重要的一次机会——成为厦门国际马拉松赛的组委会成员。

作为连续几届的厦门国际马拉松赛事的组委会成员，我负责赛事的市场推广和现场执行工作。为了筹备好每一届马拉松



首届厦门国际马拉松组委会赴港考察团成员





国际马拉松比赛现场热闹的场景

赛事，我带领着公司的兄弟姐妹没日没夜地拼杀，还好心血没有白费，我们的付出得到了相应的回报，每次都能交出漂亮的答卷：

第一届超额完成了组委会下达的指标，一共售出800多块隔离广告牌；

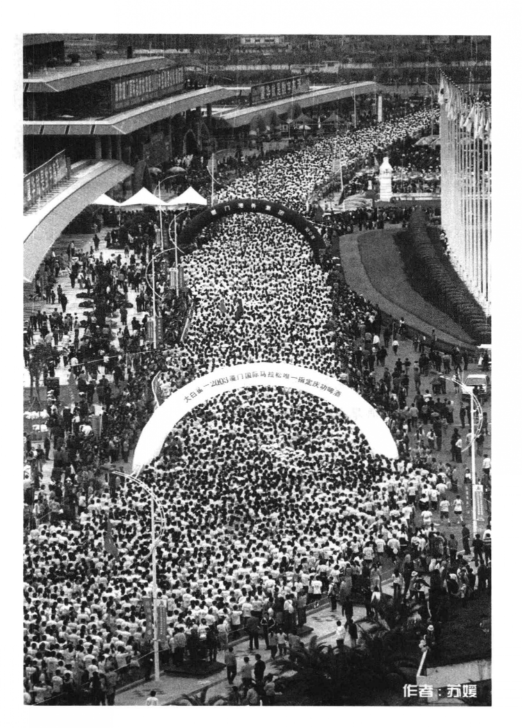
第二届超额完成任务，1480多块；

第三届再攀高峰，1680多块；

……

我也因此被厦门国际马拉松赛事组委会以“马拉松市场开发专家”称号推为“马拉松骄傲人物”候选人。盛名之下，责任难当！从担任组委会成员的那天起，如何将马拉松这块“蛋糕”做大做好，就成了我的一个必修功课，琢磨着怎样把这个赛事玩出个新花样。

2004年的厦门第二届国际马拉松赛，给厦门各企业带来了各项经济收入近4900万元，比2003年增长了38%，这其中还不



作者：苏嫒

包括各项潜在的收入。可见，厦门国际马拉松赛的可挖掘空间不可估量。因此，开发马拉松，经营马拉松不能只把目光投在简单的一天比赛上，而重要的是以其为基础，结合厦门的自身特点，挖掘配套活动。



从当初融资成功，到厦门国际马拉松赛策划方案的通过，再到负责多届赛事的推广和现场执行，让我意识到实力的重要性。

无论做什么事情，实力是必须拥有的资本，因为实力才是硬道理。实力不仅能为我们迎来一个又一个机遇，而且能让我们在每一次的表现中获得不俗的成绩，赢得认可。然而培养实力需要一个漫长的过程，它需要不停积累，不断提高，这就看谁愿意花时间下苦功了。

以爱之名打造比赛
——温馨马拉松赛

爱情是世界上永恒不变的主题，甜蜜美好的爱情是令所有人向往和追求的。所以只要一提到爱情，无论男女老少，都是满心的幸福。各行各业的商家也因此愿意选择爱情作为产品宣传的主题。

有一句话这样说：“一份爱，如果不能带来动力，不如不爱。”说的就是一份真挚的爱情可以使两个人彼此依靠，互相鼓励，共同经营美好的今天，追求美好的明天。爱情的力量是巨大的，它能够吸引人们为了爱情尽自己的一切努力。

我有个想法：如果将马拉松比赛与爱情巧妙地联系在一起，会不会收到意想不到的效果呢？因为其实爱情就是马拉松长跑，相爱的两个人需要互相搀扶、共同努力，经

历困难时能同甘共苦，才能携手走一生。

2005年，我向厦门国际马拉松赛事组委会提交了一份策划案，希望能以厦门国际马拉松赛为依托，创办一个大型娱乐综合性文体活动，充分延伸厦门国际马拉松赛的品牌价值，吸引更多人参与马拉松，领略马拉松的魅力。

这个提议得到了组委会的肯定，决定将这个活动打造成厦门国际马拉松赛的一个配套活动。策划和执行的担子自然而然的落到了我的肩上。公司上下都开始摩拳擦掌，跃跃欲试："我们将要打造一个不一样的马拉松，是完全由我们自己打造的马拉松！"

要与标准的体育赛事形成差异化，就必须突出活动的趣味性。唯有好玩有趣，才能吸引更多人的关注与参与，这就需要我们在马拉松的基础之上找到一个新切入点。

那么，应该与什么主题结合最合适呢？

在"头脑风暴"会议上，大家你一言我一语。有人提出：现在的马拉松都是一个人跑，我们就找多几个人一起跑，这样会显得更热闹！

顺着话题，又有人提出：索性以家庭为单位，来个全家总动员，打亲情牌。

……既然打亲情牌，刚好情人节又快到了，倒不如打爱情

牌，应景又新鲜……

有道理！

最后，我们一致认为，无论时光如何流转，爱情是个永远为人们所期待和赞颂的主题，它不受国度、种族、信仰的限制。在爱情中，两个不同的个体要彼此不断磨合，相互扶持才能走到最后；而马拉松追求的是一种挑战自我、超越极限、坚忍不拔、永不放弃的精神。这两个概念如果能通过“情侣马拉松”完美地结合起来，一定是件非常有趣的事。

确定了活动的大主题，下面我们就要对活动进行细致的策划了，策划的每一环节都要与“爱情”这一主题有关。中国人喜欢用谐音，如“8”是发财之意，“6”是顺顺利利之意，那么哪个数字能代表爱情呢？当然是“9”，长长久久嘛！于是我们将“9”这个数字发挥到了极致，让每一个参加和观看比赛的人都能感受到我们对爱情的美好祝愿。

奖品是999朵玫瑰和9999.99元的现金大奖；

参加比赛的人数定为999对情侣；

起跑时间为上午9时9分；

比赛的赛程定为9.9公里。

考虑到女选手跑完全程难免会有些吃力，我们就巧妙地设置了前后两个赛段：前面一半由男伴完成，暗喻寻觅爱情的过程；另一半由两个人牵着手一起跑完，表示两个人携手冲向幸福人生的终点。

为了考验情侣们坚贞不渝、不离不弃的爱情，我们还设置了许多关卡，让情侣们接受一个又一个新的挑战。“爱情长跑”只是整个情侣马拉松派对挑战赛的上半场，考验的是情侣们的耐力和意志；下半场的积分赛则要让情侣们接受智力的挑战。为此，我们设置了“浪漫寻宝乐透透” 、“比翼双飞背靠背” 、“心有灵犀钓大鱼”三项循序渐进的趣味游戏。最后，将上下半场的积分相加，按照分数的高低，评选出冠军、亚军和季军。

情侣马拉松在国内是首创，因此吸引了厦门甚至全国诸多媒体的关注。厦门电视台、福建电视台、《厦门日报》、《海峡导报》、《东南早报》、《厦门商报》等多家省内媒体都对这次活动进行了现场采访和深入报道。中央电视台进行了全程



正在激烈进行的情侣马拉松派对挑战赛

跟踪报道，各大网站也都转载了本次活动的盛况。

在我们的广告刊出不到一个星期，999对情侣的参赛名额便被一抢而光。第一次举办情侣马拉松便收到如此热烈的反响，让我们参与组织者都兴奋不已。对于厦门这座城市而言，这样的活动不仅丰富了生活，也增添了城市的浪漫气息；对于厦门国际马拉松来说，情侣马拉松丰富了马拉松的内涵，不仅体现了马拉松坚忍不拔、挑战极限的运动精神，也增添了时尚趣味的元素。



结果表明活动的策划很成功，尤其是“爱情长跑”，充满了积极、健康、向上的人文关怀。经验告诉我们，一个经典的策划方案必须以人的心理需求为出发点，紧紧抓住每个可以吸引人、让人感动的小细节，才能将事情做成、做大。

在这次活动中，人们不仅能够体会到爱情的温馨和伟大，还能看到大家对爱情的精心呵护和彼此都愿意为之努力和奋斗的决心，在舆论导向上也起到了积极的宣传和引导作用。

从这次活动也可看出，凡是以爱为出发点，以爱为主旨的事情都是正确的、美好的，当然这个爱不单单局限于单一的爱情，更可延伸到对生活、事业，对身边人的大爱。

美国的伯尼·西格尔博士曾说："如果你想永远年轻，那么爱别人吧。"爱他人不仅仅会使人们年轻，也会使人们在爱的过程中，充分地感受到幸福和成功，使人们充满了满足感和成就感。而且以爱来传递爱，不仅能够让人们为爱奋斗，更能够让人们懂得爱、运用爱，明白爱的价值和意义。

“拉风”的个性络腮胡
——“拉登”缘起

许多人见过我一面就会记住我，其实我的长相没什么稀奇之处，不帅也不丑，但我的络腮胡子却成了我的个性标签，让人见过以后印象深刻，一段时间不会忘记。其实，在一些行业中，就像我们广告行业，拥有一个个性的形象是非常有必要的。

如果因为工作需要，你想塑造一个个性的形象，不要着急，要从平时的点滴细节中发现自己的特点，然后有意识地加以塑造。



提起续明伟恐怕很多人都不知道，但只要告诉他们七彩虹

广告公司的“拉登”，他们便会恍然大悟：哦，原来是那个大胡子！“拉登”这一外号也因马拉松而来。

2003年筹办第一届厦门国际马拉松比赛时，组委会组织了一个考察团，到香港取经，对“渣打马拉松赛”进行考察和学习。考察团一行共有二十人，我是当中唯一的广告人，其余十九人都是政府相关部门的领导。当时的我留着络腮胡子，在考察团里异常引人注目。赴港考察之前，我到市政府开会讨论马拉松筹备事宜。与会的各部门官员，包括张昌平市长，都对我的出现很好奇：怎么会有个大胡子出现在政府会议上呢？

在香港机场通关的时候，估计也是因为我的大胡子，安检耗了很长一段时间。我恰好又排在队伍较前面的位置，因此耽误了大家出关的时间。宣传部林聪明副部长觉得有趣，便调侃：“‘拉登’被扣啦！”



首届马拉松组委会成员于香港新闻发布会现场



当时考察团刚刚成立，成员们又都来自于不同的部门，彼此不熟悉，互相很难准确地叫出名字。而“拉登”的名号又恰与我的大胡子形象十分吻合，于是一路上大家都索性“拉登、拉登”地喊我。“拉登“叫起来顺口，以至于大家全然忘了我的本名，甚至在一些正式的讨论会上，领导们一时想不起我的名字，也直呼我“拉登”。“拉登”这个不算好听却足够响亮的名号就这样在无意中诞生，并迅速流传开来。



我这个“拉登”为赛场上的健儿颁奖

在人际交往中，我们经常因为时间仓促，不但记不住对方的名字，而且很快将这个人彻底忘却了。但是，我们大多也会有这样的感受：你曾经和一个人接触过，过了很久再次见面时，说什么也叫不出对方的名字，但是你却清晰地记得这个人，因为这个人的形象在你的脑海里留下了深刻的印记，其中包括相貌、穿着、气质等。

可见形象在交际中能起很大作用。但是倘若有人为了吸引众人的眼球，追求鲜明形象，刻意地去穿些奇装异服，让自己变成另类，这不仅不利于个性形象的塑造，反而会增加负面影响。

一个良好的个性形象，要符合自身的性格特点、职业需求。否则，我们的形象虽然会被大家记住，但是却更容易使别人对我们“另眼相看”、敬而远之了。

做事就要有出新出奇的胆略——借人营销

传统做事观念要我们做什么事要稳稳当当遵循常规，大多父母也都是这样教育自己的孩子。然而在如今这个时代，如果按照大多数人都遵循的老路去做事，往往结果也相差无几。所以，想要打拼出一片新天地，必须另辟蹊径，大胆尝试新的思路。

特别是广告、营销行业，不出奇招，不想新鲜点子，根本吸引不到人们的眼球，何谈什么生存空间和发展机会。

我认为，受关注度是一个方案或者项目成败的关键。做一件事，如果一个人感于挑战传统的思维方式，突破常规，就有可能获得很大的成功。亦步亦趋、走大众路线的思维方式已经被时代抛弃了。

当然，新鲜的尝试肯定会伴随相当的风险，但最保险

的方式通常是不会得到大家的关注和认可的。冒险本身就是一种投资，一点险都不敢冒的人注定成就不了大事。常常需要我们思考的绝不是冒险本身，而是如何克服自己对于冒险这一行为的恐惧心理。

作为一个广告人，我常常会灵光一现，做出一些令大家感到莫名其妙的事情。早在2001年“9·11”事件发生之后，我伤怀于这一人间惨剧，便特意买了个尾数为“911”的手机号码，只是一直闲置着，没有启用。

一直到了2003年4月底，当时我正在为手头上一个户外媒体广告牌的招租问题发愁。那是位于厦门商业中心的莲花路口的一块三百五十平方米的大广告牌，地段很好，可就是一直无人问津，闲置了很长时间。

4月28日，我无意中在央视《新闻联播》中看到一则消息：恐怖组织头目拉登再次放话，说要效仿美国，高价悬赏美国高官人头。拉登又要开始兴风作浪了，适逢当时我的“拉登”外号被叫得热闹，于是顿时灵感浮现，一则招商广告应运而生。

我把自己的大胡子头像往广告牌上一放，文案曰：资深策划人——外号“拉登”。招商热线的尾号就是911，并对其显示效果进行了处理，力求让人们一眼就能注意到。

当然，我预见到了其中的风险，毕竟拉登不是一个正面人



物，是一个令人闻风丧胆的恐怖分子，“9·11”也是人类历史上最惨绝人寰的灾难之一，我借这样一个本身就充满争议的人物，刊出这一广告，就如同是立了一个靶子，一定会受到各方抨击与干涉。

但是想要成功，必须敢于担风险，出奇招才能脱颖而出，不仅是广告人，所有的创业者都应该有这样的胆魄。当然，有勇更要有谋，要提前想好应对之策，切不可逞一时之勇贸然行事。

我认真研究了相关的法律法规，在确定不会被列入违法广告后，于五一黄金周前一天，挂上了这个巨幅广告。

果不其然，这则简简单单的广告引起了轩然大波。在广告发布的第三天，《海峡导报》就发表了一篇标题为《“拉登”惊现莲花路口》的新闻。据说是某市民看到后，反馈到报社，称我的招商广告“有伤大雅”，“有损厦门市精神文明建设”。随后厦门晚报的头版上出现了相关报道，福建电视台也进行了两次专访。《厦门日报》报道存档如下：

“拉登”现身厦门?

日前，市民叶先生路过莲坂时，发现路边一幢大厦的楼顶有一个巨型的广告牌，居然有人自称拉登。

昨天，记者在嘉禾路看见了这幅广告。位于侨星大厦楼顶的这幅招租广告上有一男子照片，自称广告资深策划人，外号“拉登”。另外，广告上留下的手机号码后三位

"911"，还特意放大。

……

经过各报纸这一番报道，"五一"长假一结束，工商部门的人就出面了，开始调查我"炒作"的事情。由于早有准备，于是我换上早已准备好的反恐公益广告。

我使劲拉一条硕大的粗麻绳的一端，另一端升起一个巨大的灯泡画面——以"拉灯"的动作取"拉登"的谐音。招商热线不变，"911"三个尾数依然放大突出。但重点在于全新的文案：我拉什么不重要……关键反恐您也得出力！

大家这才恍然大悟，原来这家伙要做的是一个系列性的反恐广告，之前的广告只是为了先引起大家的关注与争议。

经过这么一折腾，我的广告牌很快就租出去了，并且到现在都过去八年了，它也从来没有空过。更重要的是，我顺势把自己也推销了一把，并且效果还不错。有很多人按着"招商热线"给我发来短信，有叫好的，有叫骂的；有夸我有创意的，也有询问发布这个广告花了多少钱的；有人自称布什来与我理论，甚至有女士说崇拜我，邀请我喝咖啡，就连大街上卖报纸的见着我都喊 "拉登！拉登！"……很多人因此知道了广告界有个狂人叫"拉登"。

不得不说，这几年来，"拉登"这个外号为我的事业起到了很好的推动作用。原因有三：

一则此外号响亮上口好记，易于传播，我的客户们，记不住我的真名，也都能记住我的外号；

二则与大胡子形象的容易给人留下深刻印象，一提“拉登”，就想起他是做广告的，是七彩虹广告公司的；

三则同客户第一次见面时，若从外号叫起，能迅速拉近距离，建立亲近感，便于更快地打开话题，活跃气氛。

后来干脆把噱头做足，把车牌号、公司的座机尾号、U空间会所的门牌号都改成了911。这样，我为自己全方位打了广告，接触到我和我公司的人就可以从方方面面知道我是“拉登”。

说来有趣，2011年5月1日，“9·11”事件过去近十年之际，拉登被美军击毙，我的手机因此忙了好多天，不断地收到慰问的电话与短信。

经验告诉我们，敢于冒险尝试，并不等同与鲁莽行事，做事要有周密的计划，有勇有谋才能够成功。

其实，有时候生活中的一些事，不管我们愿意不愿意冒险尝试，但形势所迫，我们都要去做，只不过每个人的一生所要面对的次数多少不一罢了。当然，我们必须要明白的一点就是，并不是所有的风险都值得去冒，要权衡利弊再做决定。比如，一件事可以通过常规方式稳妥地办成，那我们就没有必要去承担无谓的风险。

感谢续明伟同志
为推动厦门马拉松
运动作出的重大贡献
张昌平
二〇〇五年十月

原厦门市市长、现福建省常务副省长张昌平为续明伟题字



作者与原厦门市市长、现福建省常务副省长张昌平合影

“形散而神不散”的运作——搏出位

搏出位最重要的是要做到“形散而神不散”，为了成功，你可以尽可能多地去尝试新的想法和出位的运作，但是不能漫无目的。而是要确立自己的核心优势，其他的任何尝试都要与这一核心优势相关联，围绕着这一核心去做，这个核心才能够变得强大而丰富。

自我营销可以通过各种形式制造噱头，搏出位，但必须要做到“形散而神不散”。拿我运作的出租广告牌为例，其中一定要把握好两点：

一是对大是大非的事情要有正确的认识和判断，在此基础

上再进行有尺度的嬉笑怒骂。好比我借用拉登的形象并不是要为他歌功颂德，为恐怖主义摇旗呐喊。恰恰相反，我做的是反恐的广告，作用是积极的。

二是要经过详尽的分析规划，找到切实可行的着力点。虽然内容是反恐，但是拉登毕竟是一个反面人物，而利用反面人物进行操作有两个方面需要特别注意。

一方面，应该要符合一般人的心理接受差异。若不慎选错对象，只会引火烧身自毁前程，尤其是涉及政治或一些特殊人物的时候，更应该倍加小心。尽管我们很多人对于“9·11”袭击中的罹难者心怀感伤，但对于拉登却也没有那种咬牙切齿的恨。而且毕竟时过境迁，各样的情绪已被消化减缓不少，其中的风险也自然降低了很多。于是我押上这个筹码，赌上一把。

另一方面，借鉴的反面人物应该与行业或自身有一些相似点。抛开拉登作为国际恐怖分子身份不谈，他的谋略、战斗精神和领导能力，还真有超出常人之处。拉登有着一个广告人所需要的谋略魄力与执行力。除此之外，拉登的大胡子成了他的标志，巧的是，大胡子也是我的标志，且当时我的“拉登”外号已经在小范围内流传开来，所以这样一个外号从各方面来说于我都是非常契合的。也正因为有了这份契合，才会有很多人记住了“拉登”而忘了我姓甚名谁。

总之，搏出位是一种带有挑战性和风险的运作，我们必须拿捏好分寸才能更有把握地掌控局面，如果运作好会收到很好的效果。

拥有实力，宣传给力
——酒香才敢大声吆喝

如今社会中各行各业竞争越来越激烈，为了抢占有限的市场空间，在激烈的竞争中立于不败之地，就不能不考虑提高自己的核心竞争力，打造品牌优势。这好比酿酒，只有酿出好酒，才好大声吆喝。

在产品和服务高度同质化的今天，各行各业逐步进入了品牌竞争的阶段。以我所从事的广告行业为例，随着中国广告的飞速发展，行业内的竞争也日趋激烈，几乎每天都有小作坊、工作室式的公司挤入这个市场。不论规模大小，每家都声称自己可以咨询、策划、创意、设计、执行一肩挑，为客户抢破头

皮，服务费用也越来越低，甚至出现零服务费。这种情况下，想在业内稳固立足，就唯有提升自己的地位，打造一个强势品牌。这其实与企业推广、品牌包装是一样的，我们把自己当做一个服务对象，只有把“自己”这个品牌包装好了，才能提升竞争力。

说到打造企业和个人的品牌，容我多说几句。品牌的建设不是一朝一夕的事，而是一个系统的、持续累积的过程。路易威登、万宝路、可口可乐、麦当劳这些大品牌都是经过几十年甚至上百年的发展才有了今天的地位和影响力，所以品牌建设切不可急功近利。在开始吆喝之前，要反复审视自己，弄清楚自己的产品和服务能够满足客户的需求吗？有足够的生产能力吗？平台搭建了吗？团队都目标一致了吗？有一个明确的发展规划吗？……

没有真功夫的自我包装是难以成气候的，没有真正的内力作支撑，通过吆喝把客户吸引过来，却不能为之提供高质量的产品和服务，几次下来就砸了招牌臭了名声。原来吆喝的声音传递的多远，臭名就有可能蔓延多远，广告打的越大，死得就越快。

提高企业知名度、打造个人品牌，自我推销与宣传固然重要，但是提高自身的实力才是至关重要的。如果没有

真功夫，没有过硬的业务能力，弄出来的产品自然也经不住推敲，这样就算进行宣传推销也是无济于事的，最终的命运只能是被淘汰。

所以，我们就要采取最踏实有效的做法，将自我推销与宣传同实力的积累和产品质量有效地结合起来。不断地壮大实力，积累真功夫，让我们的生产的“酒”越来越好，越来越香，这样吆喝起来底气才能更足，声音才会更响。

当梦想实现时
——当选“厦门市十佳外来杰出青年”

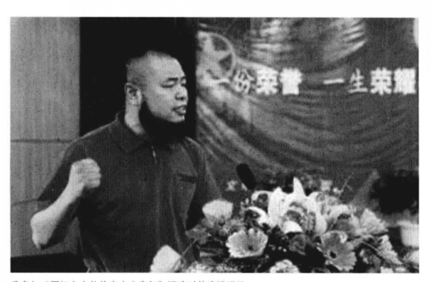
退役后的我心里一直都有一个梦想，就是能够留在厦门，闯出自己的一番天地。

但是这一路走来经历了太多的不顺，因为义气而被关进了劳教所，几次创业都以失败告终，策划活动险些被扣上间谍的帽子……这些对于许多人来说，一辈子都可能不会遇到的事情，却接二连三地在我身上发生了。

但只要心中充满梦想，不断涌来的困难与不顺就无法击垮我，反而会让我越挫越勇，在一次又一次的工作中突破自我，创造出了辉煌的业绩。

2005年对于我来说，是极其不平凡的一年，我的人生发生了一次质的飞跃。我成功当选为“厦门市十佳外来杰出青年”。

由于我在参与马拉松赛策划的过程中十分投入，在赛事的市场开发方面工作取得了较大的成果，组委会的一位领导于是建议我参加“马拉松骄傲人物”的评选。正巧此时“厦门市十佳外来杰出青年”的评选活动也开始了。这位领导想到2003年为筹备第一届马拉松赴港考察时，因为我是外地户口，最后通过特批才得以成行。于是他转而建议我参加“厦门市十佳外来杰出青年”的评选，因为获奖者的奖励之一就是获得厦门的户



我参加“厦门市十佳外来杰出青年”评选时的演讲现场

口。“可我曾经是一名劳教人员，怎么可能当选呢？”我说。“能从一名劳教人员走到今天正是你的过人之处啊。”他的一句话给了我信心。

于是怀着些许忐忑的心情，我报了名。那一届共有七十多人参与评选，我以为希望渺茫，结果我的名字还是出现在了二十名候选人当中。到现在我还记得在演讲台上的慷慨激昂。那一刻，我是骄傲的。来厦门这些年经历的坎坷，又重新在我心头涌现。我突然觉得可以对自己说一声：“是的，我走过来了，我对自己有了一个交代。”

这一路上的辛酸与付出不是外人所能体会的，但值得庆幸的是，这一切没有压倒我，咬咬牙总算都挺过来了。也正因为跨过来了，每一道坎都变成了一道门，让我随时随地进出自如。我认为挫折来得越早越好，只有“苦其心志，劳其筋骨，饿其体肤，空乏其身，行拂乱其所为”才能“动心忍性，增益其所不能”。经受过磨炼的意志与心性变得强韧豁达，路才能走得宽，走得远。因为坚守，我觉得心安；因为拼搏，我穿越风雨，见到了彩虹。

最后，我成功当选了那一届的“厦门市十佳外来杰出青年”。这个荣誉在外人看来也许没有什么，但是对我来说则是一个意义非凡的转折。

不经历磨难，就不知道自己有多坚强；不品尝辛酸，就不知道成功来之不易。曾经的梦想实现了，但奋斗与努力的脚步不能停下，因为人总会有更高的追求，去迎接更加严峻的考验，人生的价值也会在这风雨中得以实现，生命最终得到升华。

不经历风雨怎能见彩虹

亲爱的朋友们大家好：

我又回来了，回到了这里，回到了这个曾经让我永生难忘的地方。回首十年前的今天，我和大家一样，在这里接受教育和改造。而今十年后，我是带着自信和自由来和大家进行交流共勉的。我可以自豪地对朋友们说，经过当年在这里的认真改造，回到社会后，我的人生有了彻底的改变，由当年一个莽撞少年，法律知识淡薄，没有一点社会经验的我，转变成如今一个被社会接受和认可，一个对社会有用的人。现在我拥有一个温馨幸福的家庭，有一个贤惠体贴的妻子，有一个聪明可爱的儿子，当然还有我蒸蒸日上的事业。朋友们，羡慕吧？感动吗？感动不如行动，那么就请大家在这里认真地接受改造，洗心革面，

争取早日出去。有妻子的、有儿子的，争取早日和他们团聚；有理想的、有目标的，争取早日回到社会，去实现你的梦想。

是什么让我的人生有这么大的改变呢？一种意念！我始终抱着希望和理想，永不向命运低头，坚持着一种从哪里跌倒就从哪里爬起来的精神意念。当然这还与当年管教干部的谆谆教导是分不开的。

意念有着无穷的能力，可以直接影响到我们未来命运的发展方向，一切的成就、一切的财富都始于一个正确意念。曾经有一个非常成功的人告诉我："假如你损失了一些钱，你并没有损失什么；如果你失去了一些朋友，你失去的可大了；假如你失去了你的名声，那一切都完了。"每个人都需要预先设定他要给别人一个什么样的感觉，希望给别人一个什么样的印象，然后照着这个感觉和印象来改变自己的行为。假如你希望别人称赞你是一个非常诚恳，非常努力学习，非常有爱心，非常大度的人，那么你必需做一些计划，然后朝着这个方向前进。当你所做的和你所想的是一致的时候，别人会主动地告诉你，"某某人是怎样的人，他非常优秀，等等"。可是为什么大部分人得不到，或是得到的没有他们想象的那么多？因为还有一点更重要的是，你必须不断地及时改正自己的缺点，不断地倾听别人的意见，朝着正确的理想和目标奋斗，而大多

的人却做不到。

……

朋友们，当你重新获得自由后，千万不要等待时来运转，也不要由于等不到而觉得恼火和委屈，再次对社会产生不满，从而又一次铤而走险。一定要记住，从小事做起，从点滴做起，勿以善小而不为，勿以恶小而为之，要用行动去争取胜利。从现在起不要再说自己倒霉了。对于成功者来说，勤奋工作就是好运气的同义词。只要专心去做好你现在的工作，坚持下去直到把事情做好，机会就会到来。怨天尤人不会改变我们的命运，只会浪费我们的光阴，使我们没有时间去取得成功。幸运不是偶然的，只要勤奋工作，就会把幸运女神召唤过来。

（2005年5月19日 回所帮教发言稿）

成就吹响再次奋进的号角——平台越高，责任越重

有些人在成功面前会沾沾自喜，裹足不前。我不愿意做这样的人，我很清楚，已经取得的成就只是对过去一切的努力的回报，是一种能力的证明，但并不代表将来。所以，我要吹响再次奋斗的号角，向着下一高地冲锋。

“厦门市十佳外来杰出青年”这个荣誉不仅为我赢得了掌声，也让我得到了更多的客户，让我站上了一个更高的平台。后来，我成功加入了厦门青年企业家协会，得以与众多的成功企业家在同一平台上互相交流，这使我的眼界和思路都拓宽了许多。那种感觉好似一个人沿着坎坷曲折的羊肠小道一路走下



在厦门市文化（创意）产业协会成立大会上发言



在首届农行杯高校（厦门）文化创意大赛厦门大学交流现场



来，一下子走到了一个大的路口，脚下的路一下子变宽了。

我很清楚，荣誉对我来说，是对过去努力的一种肯定，更是对未来的一种承诺。它给我带来机会的同时，也增强了我的责任感。在追求自我实现之外，它让我更多地去思考应该要担负起什么样的社会责任。

正是因为有了这样的思考，让我成为厦门市文化（创意）产业协会的发起人之一，成为厦门市青年商会副监事长和中国青年创业国际计划（YBC）持证导师。这样的社会责任也让我渐渐有了更高远的奋斗目标。赢得尊重的同时，我也想要对社会做出一些力所能及的贡献。而这需要我付出更多的努力，进行更长时间的探索，也给了我更大的动力。

我们每取得的一点成就，都会推高我们的视角，让我们接触到更为宽广的平台，有一个可以更好施展才华和能力的机会，让我们可以做出更多的成绩。然而，更高更好的平台也意味着更重的责任。

这责任一方面是指对自己的责任，另一方面就是社会责任。社会对我们的成绩和努力认可了，给了我们荣誉，我们就要承担起相应的社会责任，为社会和人民多做贡献。

曾有一个成功的青年企业家在谈及自己的创业时说：“当初想创业，是因为创业可以向很多人提供就业岗位。”一个人的创业行为可以带动一批人，影响一批人，这就是社会责任感的最好体现。

第五章

一桩不挣钱的好生意



杨澜是我崇拜的偶像，策划“杨澜厦门行”对我来说是一桩不挣钱的买卖，但我却感到很荣幸，一来我能为自己崇拜的人做一点事，二来也可以通过她的影响力为厦门公益事业做一些贡献。

宏观考量，价值最大
——让杨澜不虚厦门行

现在一些企业为了获取更大的经济效益，真是煞费苦心，想尽各种办法，比如为了吸引消费者的眼球，提高关注度，一些企业纷纷打出名人牌、明星牌，制造声势。至于名人效应是深远长久，还是昙花一现，这就要看运作者的韬晦与眼光了。如果只把眼光局限于一点，不从全局上宏观考虑，往往不会收到最佳的效果。



“书香鹭岛”是厦门政府组织的大型综合性读书文化活动，以“享受读书乐趣，创造美好人生”为主题，通过举办书市、讲座、征文等形式的系列活动，希望形成全鹭岛“读书、

爱书、用书”的良好氛围。2005年初，“书香鹭岛”组委会有意邀请杨澜来厦门，为《杨澜访谈录》DVD举办一个签售会。

组委会找到我们七彩虹广告公司，希望由我们来策划这一次的签售活动。但《杨澜访谈录》DVD的定价比较高，即便有明星光环的加持，很多人也因不能承担这个价位而放弃购买。所以，想把这次活动办成功还是有一定难度。

但有这个机会仍让我兴奋不已，因为杨澜一直是我的偶像，她的创业过程和传奇人生都深深让我折服。我相信不仅是我，在很多市民和企业家当中，她都有相当高的知名度、影响力和良好的口碑，她的厦门之行必然会引起社会的强烈关注。

那么如何既能突破DVD高价的限制，保证效益，让签售会挣回投入成本，又将杨澜的名人效应利用到极致，让她不虚此行呢？

我决定不把眼光局限于一场签售会上，而是将眼光放远放宽，将签售会做一些延伸和拓展，将“杨澜”和“杨澜厦门行”看作一个策划推广的对象，将杨澜厦门行的商业效益和社





能参与“杨澜厦门行”活动对我来说是件幸事

会效益最大化，同时也为最后的DVD签售做铺垫。

这样一来就不会轻易陷入单点式活动的套路，同时保证了策划的主动性和灵活性，加大了成功率。这个想法得到了主办方的肯定。于是，我们就从《杨澜访谈录》DVD签售会的策划单位，变成了“杨澜厦门行”的承办单位。

任何事物从来都不是孤立存在的，所以对任何一件事不要仅仅局限于事情本身去思考，而是要把它放置于一个大的关系网中，从宏观上来整体考量、把握。这样一来，所要做的就不仅仅是完成一件孤立的小事，而是要完成一系列与此有关联的事。对商业活动来说，这更显得至关重要了。

对于我们平时的工作和生活，道理也是一样。比如，生活中发现一个坏毛病，改正之前，要先弄清楚它与哪些行为习惯联系在一起，找出毛病产生的根源。只有这样，毛病才能更好地被改掉，而不会“复发”。

找准对象才能有的放矢
——杨澜与厦门企业家面对面

虽说将《杨澜访谈录》DVD的签售活动改为了“杨澜厦门行”的系列活动的一个环节，但是实质上最核心的问题还是如何将《杨澜访谈录》的DVD签售出去。“越是信息爆炸时代，就越会出现信息不对称。”也就是说，在资讯发达的当今社会，信息极度过剩、媒体多元化发展，在充斥着各种信息干扰的情况下，更容易出现“买方找不到卖方，卖方也找不到买方”的“双盲”现象。因此，在信息的洪流中只有准确、迅速地找到靶心，有的放矢，才能将自己的信息有效地传播。

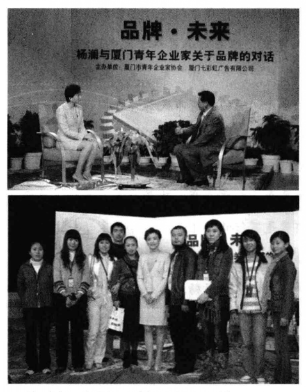
前面说过，《杨澜访谈录》DVD的高价位会造成受众面的狭小。普通市民获知杨澜将在厦门进行签售后，或许会争先恐后前来一睹名人风采，但看到二百八十元的DVD，就不一定舍得掏腰包，很容易产生有“势”无“市”的现象。退一步考虑，就算签售会当天到场的所有市民都大方掏钱人手一套，单独靠个人一套一套地走，销售量终归还是有限。

《杨澜访谈录》DVD的内容和定价决定了它应该瞄准的是相对较为高端的受众，如文、商、政界人士。并且，要提高销售，靠零散的销售是不行的，于是我们开始主动出击，与各类协会和组织接洽，进行团购的推广。

要通过什么样的形式来实现杨澜与企业家的对接呢？我们知道，杨澜的身份除了主持人、传媒人外，也是中国最成功的女企业家之一，在创业和企业的经营管理方面都有相当的经验。若能举办一场杨澜对话厦门成功企业家的论坛，一定会产生有趣的碰撞。而且对厦门本土的企业家来说，也不失为一个良好的交流和学习的机会。

于是我们与团市委、厦门市青年企业家协会合作，策划了一次“品牌·未来——杨澜与厦门青年企业家关于品牌的对话”电视论坛。

2005年1月7日，杨澜以一个特邀嘉宾的身份，来到厦门广



“品牌·未来——杨澜与厦门青年企业家关于品牌的对话”录制现场

电集团一千平米的演播厅，同厦门知名企业共同探讨如何培植品牌企业文化。未能亲临现场的观众也能通过厦门电视台的全程直播看到场内的精彩碰撞。

我们对参与论坛的企业设了一定的门槛——有意参与论坛的企业，须认购至少二百套《杨澜访谈录》DVD。其中包含了三方面的考量：

一是控制了参加的人数与规模；

二是在一定程度上保证了论坛的层次与质量，将原本单纯的商业活动升级为一场文化交流活动；

三是保证了《杨澜访谈录》DVD的销量。参与其中的企业通过这样的活动得到了学习和展示自我品牌的目的，购得的DVD又可作为一种馈赠客户的礼品，或者做企业内部教育的材料，也算是物超所值。

方法总比问题多，在经过一番精细的策划后，不但《杨澜访谈录》DVD销量问题会迎刃而解，同时还将这次活动的规模扩大了，档次提升了，将原本单纯的商业活动升级为一场文化交流活动。

事实告诉我们，在解决一件棘手的问题时，找准对象，有的放矢，能收到事半功倍的效果。有的时候，并不是事情本身很难，而是我们还没有找到问题的本质之所在。

让我们投入到公益事业——杨澜将“阳光”带到厦门

杨澜当初是以主持人的身份为大家所熟知的，但是正处于事业上升期时的她却选择了出国求学，后来摇身一变，成为传媒人、企业家，并且每一个角色都做得有声有色。而后更是中国率先做起公益慈善的名人之一。

那么，杨澜此次厦门行，除了签售、开交流论坛，就足够了吗？还要不要再将社会影响进一步扩大，让杨澜加入到厦门的志愿者中呢？既体现出厦门这个城市的和谐、友爱风气，也彰显出杨澜的境界与胸怀。



杨澜除了事业做得成功外，还特别热衷于公益事业。1997

年1月，她的散文集《凭海临风》出版，将第一笔稿酬收入全额捐献给希望工程；2002年11月，一项“百位名人捐助西部失学儿童慈善活动”在北京正式启动，她担任了该活动的“爱心大使”；此外，她还是中国青少年基金会的常务理事。

除了签售活动外，何不利用杨澜在公益方面的影响力推动厦门公益事业的发展呢？而且这也将反过来促进签售活动的顺利进行。此时，我了解到，团市委旗下有一个专为关爱青少年健康成长设立的“阳光关爱工程”，而杨澜执掌的媒体投资公司正好也以“阳光”命名，二者也算是一个机缘。

于是，在“阳光关爱工程”的基础上，我们七彩虹广告公司与厦门市青年志愿者协会、厦门市青年企业家协会、阳光文化媒体集团，共同倡议发起了“七彩阳光关爱工程”，特请杨澜为“七彩阳光关爱大使”。与此同时，《杨澜访谈录》DVD此次在厦门销售的全部利润将赠给“七彩阳光关爱工程”，用于帮助弱势青少年健康成长。





明天，杨澜来厦与您网聊

杨澜总是带着阳光般灿烂的笑容，她执掌的媒体投资有限公司也以“阳光”命名，如今，她又担任了厦门“七彩阳光关爱工程”的关爱大使，来到这座“阳光小队”诞生的城市。杨澜，这个我们耳熟能详的名字，似乎经常与“阳光”，与关爱青少年健康成长密切相连。

与其他大牌明星不同的是，此次杨澜来厦，不但不收一分钱出场费，就连《杨澜访谈录》DVD光盘的签售所得利润，也将全部捐赠给“七彩阳光关爱工程”。那么，“无利可图”的鹭岛之旅为什么能够吸引杨澜呢？记者采访了解到，让杨澜感兴趣的，正是在厦门开展得如火如荼的关爱青少年健康成长的“阳光工程”。

《厦门日报》（黄圣达 张劲秋 黄文江 2005年1月6日）

厦门市早在2004年6月，就启动了“心手相连，健康成长——青年志愿者与社区未成年人结对活动”。目的是立足于社区，动员社会力量来教育和引导未成年人的成长。于是我们紧扣“阳光”的主题，又策划了一个“阳光社区行”。



能够给予，便是一种福气
做义工是一种生活方式
一身阳光
在影像间穿行
杨澜来厦担任“心理专家”
“阳光工程”引来“阳光大使”

“阳光工程”引来“阳光大使”：

杨澜昨在厦门当了一天的青年志愿者

昨天（2005年1月7日）下午，杨澜作为厦门市“七彩阳光关爱工程”的关爱大使，走进社区，以志愿者身份参与由团市委、思明区团委、思明区文明办、鼓浪屿街道等单位共同举办的心手相连青年志愿者活动。

在人民小学的演讲现场，作为志愿者的杨澜饶有兴趣地旁听小朋友的演讲、参与演讲的点评和讨论，并快乐地接受了小朋友的红领巾。在鼓浪屿街道心理健康教育中心——“阳光社区”，杨澜与现场的青年志愿者们进行交流，了解青年志愿者服务活动的开展情况，并赞扬和鼓励了志愿者们，同时还与青年志愿者们一同通过该街道的心理健康中心网站与社区青少年进行谈心，解答他们在心理健康方面的一些困惑。

《海峡导报》（何淑芳　2005年1月8日）

这样一来，除了杨澜，那些认购二百套《杨澜访谈录》DVD的企业家，和购买《杨澜访谈录》DVD的所有厦门市民，都为公益事业做出了贡献。这次的活动不仅收到了良好的经济效益，也带来了很大的社会效益，为社会的和谐美好出了一份力。

名人效应是巨大的，如果名人能凭借自身的影响力和号召力，带头做些有意义的事情，很容易带动大家参与进来。杨澜的行为值得我们所有人学习。

其实，我们每一个人都可以从身边的小事开始行动起来，为那些有困难需要帮助的人，伸出援助之手，提供一些力所能及的帮助。一个人的力量也许是弱小的，但是大家的力量聚集到一起，可是巨大的。

让我们投入到公益事业中去，大家的明天就会更美好。



众人拾柴火焰高
——签售会圆满成功

这次“杨澜厦门行”的活动策划得十分丰富，但是《杨澜访谈录》DVD的签售现场到底会出现一番怎样的景象呢？我们心里都没有把握。但是我们相信，为公益所做的一切应该会得到大家的支持，至少结果不会太坏。

我们利用各种媒介，如电视、报纸、网络、销售终端，进行信息传播的立体配合。在整个行程开始之前，便在厦门的报纸媒体上，以“阳光大使杨澜来厦献爱心”为主题刊登了巨幅广告；并以“七彩阳光关爱工程”的名义发行了纪念邮票和《杨澜访谈录》DVD签售活动纪念信封。

1月9日，签售会如期进行。某种程度上说，也是到了检验我们宣传成果的一个环节了。签售的地点选在了厦门大学附近的对外图书交流中心，因为它紧依两所高校——厦门大学和厦门理工学院。我们希望能借助地理优势，在高校师生中吸引关注和参与。

令人高兴的是，签售活动进行得相当顺利，吸引了大量人群，DVD的销售也比预期的好。

杨澜：温馨鹭岛，名不虚传

昨日上午，杨澜在厦进行了《杨澜访谈录》DVD光盘现场签售，短短一个多小时就卖出1200余套。据悉，此次销售利润将全部捐赠给"七彩阳光关爱工程"。

昨日上午9时30分，杨澜来到厦门对外图书交流中心时，现场已挤满了等候签售的人。尽管《杨澜访谈录》DVD光盘一套要280元，许多人还是慷慨解囊。记者注意到，很多购买者都是学生模样，一打听，其中不少人都是来自厦大。新闻系学生小杨告诉记者，也许，能够体会到奉献的快乐，是杨澜永远年轻永远美丽的秘诀；家住大生里的69岁老人沈先生碰巧来外文书店购书，原本并不认识杨澜的他，听说此次签售所得全部要捐献给厦门的弱势青少年，便毫不犹豫地买下了一套光盘。老人说，人家外地人都这么关心厦门公益事业，我们本地人思想觉悟更不能



落后；厦门的鹭友、建发、银鹭、万里石等知名企业也不甘示弱，你100套我200套地争相认购，短短一个多小时，已有1200余套DVD光盘卖出。

来自《中华小记者》杂志社厦门小记者站的25名小记者也来到签售现场，杨澜为孩子们一一签名，并给小记者们题字："记录今天，改变明天。"

签售结束后，杨澜感动地说，厦门素有"温馨鹭岛"的美名，这一次她走进"阳光社区"与志愿者接触，在书店进行DVD光盘签售义卖之后，感觉果然名不虚传；希望今后市民能对有困难的人给予更多援手，让鹭岛更加美丽。

昨日上午，杨澜还接受了团市委、市青志协颁发的"七彩阳光关爱工程"关爱大使聘书，并题了"奉献、友爱、互助、进步"八个字，与厦门的青年志愿者共勉。昨晚6时许，杨澜离开厦门。据悉，由"七彩阳光关爱工程"专供的《杨澜访谈录》DVD光盘还在销售中，销售利润依然将全部捐赠给厦门的弱势青少年。

由团市委、厦门日报社、七彩虹广告公司和阳光传媒联合主办的"七彩阳光关爱工程"此次请来杨澜，旨在通过名人效应，号召市民更广泛地参与到关注弱势青少年的公益事业中来。

《厦门日报》（黄圣达　2005年1月10日）



签售会上杨澜与我们工作人员合影

通过报纸的相关报道，可以想象出当天的签售场面一定是相当火爆，又很温馨。“众人拾柴火焰高”，正是因为社会各界的踊跃参与，才让《杨澜访谈录》DVD的签售活动进展得如此顺利。

如果大家都投身到公益事业中，那么就会有更多需要帮助的人获得帮助，从此改变自己的生活状况。等他们的境况好转以后，也可以去帮助更多的人。这样就形成一个良性循环，社会也会更加和谐安定。

有眼光才能做大事
——甘做不挣钱的生意

“一生二，二生三，三生万物”，我们以《杨澜访谈录》DVD的签售为原点，发散出“品牌·未来——杨澜与厦门青年企业家关于品牌的对话”电视论坛、“阳光社区行”、“七彩阳光关爱工程”等一系列活动，一时间在厦门成了人们关注的焦点，为“人文厦门”城市品牌添上了浓墨重彩的一笔。但其实这一系列活动的策划组织并没有为我个人带来多大的经济效益。当时决定要策划这一活动时，我手上由于资金不足，儿子的教育基金都被我拿来凑数，甚至他的压岁钱都被我搜刮了。

而且一开始，我就预料到这将是一桩不挣钱的买卖，但我还是接下了，而且不遗余力地完成了。能够为偶像策划一场活动是一个原因，但我还不至于为了偶像而昏了头。更重要的是，我明白这样一个综合的活动能够为刚起步的七彩虹





接受媒体采访时的我

广告公司发展奠定一个良好的基础，这是比经济利益更为重要的。

对于任何一个行业来说，客户资源都是一个企业发展的命根子，特别对于广告行业来说，客户的重要性更是不言而喻。我是白手起家，所以倍加珍惜每一次与客户沟通的机会。在广告行业几年的打拼和积累，已经让我在行业内闯出了一小片天，仅靠当时手上有的一些媒体资源就可以让我安安稳稳地挣几年广告钱。但我希望我的企业能够以一个无可替代的创意型企业的姿态，在一个更好的平台上发展，以获得更多的主动权，让自己在业内获得更加稳固的地位。为此，我们除了对内进一步进行自我提升外，对外需要争取更多的客户资源。

杨澜的厦门之行吸引了许多企业家和相关的商会、协会的关注，而他们正是我最需争取的客户。诸多企业家在“品牌·未来——杨澜与厦门青年企业家关于品牌的对话”的电视论坛中齐聚一堂。在这之前，我需要与他们协调诸多事宜，而这恰好可以顺势让他们认识我和我的七彩虹广告公司。有好几位当时参加论坛的企业家后来都成了我的客户，甚至朋友。而整个活动所取得的超乎预期的关注度和影响力更是为七彩虹广告公司做了一次精彩的亮相。



在公司发展的这几年中，做了很多不挣钱的生意，也

推掉过一些油水丰厚的业务。并不是不想挣钱，只是先攒着，终有一天会连本带利地全部挣回来，且挣得轻松，挣得漂亮。眼睛看得到的地方叫做视力，眼睛看不到的地方叫做眼光。的确，要想让自己的事业有长足的发展，就要有超乎常人的眼光，斤斤计较于眼前的蝇头小利可能会在短期内获得一些经济利益，但是发展更易遇到瓶颈。只有潜心积累，用心经营，积累到了水到渠成那天，才会显出惊人的爆发力。

第六章

兢兢业业的赶鱼人



• • • • • •

像吉家·家世界这样体量庞大的卖场就好比是一个池塘，而一个个入驻的商家都在池塘内设了网，消费者则是游弋其中的鱼。我们要做的就是，当一个赶鱼人，把鱼都赶进来。

有魄力，敢接招
——临危受命吉家·家世界

市场可开发的空间是有限的，但商家却不断地涌入，大家都想分得一杯羹。然而，这谈何容易，激烈的厮杀不可避免。就是这样的环境下，我临危受命，接手了吉家·家世界开业的策划推广工作。事后想想，这的确需要一定的魄力和胆识。



2005年前，厦门在城市功能改造、房地产开发方面的速度惊人，而建材家居装饰产业的发展远远跟不上市场的变化需求。

而厦门建材家居装饰市场当时状况是马路式建材市场，





吉家·家世界全景

“小、散、乱、弱”的摊位式店铺居多。无论是现有的建材市场规模、品牌的集中程度，还是建材产品的品种数量、产品质量、价格、服务，都普遍存在着与城市发展不匹配、不相称的问题，不能够满足厦门居民家庭装饰的需求。

吉家·家世界的出现恰好填补了这一空缺。吉家·家世界装修建材家居广场由厦门吉家投资有限公司斥巨资一亿多元历时两年兴建而成，是福建乃至海峡西岸经济区规模最大的一站式家居商城，总占地面积约十万平方米，其中商场面积约七万平方米。可以说，吉家·家世界的营运模式在当时是十分超前的，就如同家电行业中的国美和苏宁，具有强大的生命力和发展潜力。尽管如此，他在发展初期还是遇到了重重阻力：

第一，竞争对手多且强。有市场空间，竞争的商家一定不会少。与吉家·家世界一同进驻厦门的，还有老牌的大型家居装修卖场，如百安居、东方家园和嘉年名华等。强大的竞争对手，让吉家·家世界突围之路荆棘密布。

第二，消费者对一站式消费模式的认知不足。吉家·家世界虽然有先进的营运模式和强大的发展潜力，但大卖场在发展初期都面临着一定困境。人们对于这种家居装修建材的“一站式购物”理念还没有清晰的了解。人们以往对家居装修建材的选购，多是分散选购，这种“一站式”的购物方式还没有形成习惯，需要一个导入的时间。

2005年10月底，吉家·家世界找到我，希望由我来负责其开业的策划推广工作。

当时的情况可以说是临危受命。吉家·家世界的招商工作虽然一直在进行，但是进展非常缓慢，当时已进驻的商家大约只有一半。消费者方面，很多人根本就不知道吉家·家世界。

而此时，距离吉家·家世界开业仅有十多天的时间了。我们必须在这短短的十多天时间内，完成开业前的一切准备工作。

显然，用传统的手段来推广吉家·家世界已经不太可行。



吉家·家世界活动现场蜂拥而至的人潮

因为前期概念的导入和培养需要相当长的一段时间。既然时间上不允许，我们就只能另辟蹊径，找到一个引爆点，杀出一条血路。

时间太紧了，短短的十多天就要完成所有的准备工作，担子实在是太重了，压力着实不小。而且如果完成得好，皆大欢喜；如果完成得不好，那么就等于是砸了好不容易才树立起来的品牌。所以这次只能成功，不能失败，骨头难啃也要啃！

大凡成功人士，都要有魄力，敢于挑战自己，善于借用难度来帮助自己提升与飞跃。所以，既然决定接下工作，就不要害怕，放手去做。而对于创业者，无论是事业的起步阶段，还是已经处于平稳的发展阶段了，其实都需要这种敢于挑战的胆识。临危受命，破釜沉舟，出奇制胜，让你完成由菜鸟到精英的蜕变。

发现问题，各个击破
——确定攻关方向

有一句说得很有道理："方向比努力更重要。"意思是说，做一件事，如果方向错了，你所有的努力将付诸东流。的确，生活中很多事情之所以做得不好，并不是不用心、不努力，而是没有去深入地了解情况，没有找准解决问题的方向。时间紧任务重，眼下当务之急是找出问题的原因，确定下一步要做什么。

虽然时间紧迫，我们还是分秒必争地开始展开调研，并对调研信息做了详尽、系统的分析。通过分析，我们找到了当时吉家·家世界存在的四个问题：

第一，吉家·家世界项目的定位虽然很好，但是在项目名称上存在模糊性。因此为使商家和消费者便于识别，重新梳理吉家·家世界的项目概念的工作变得必要而紧迫。

第二，吉家·家世界地处偏僻的厦门市湖里区新开发工业区，周边的居民稀少，没有标志性的建筑作为路线的参考依据，也没有建立相应的导示系统，消费者即使知道了吉家·家世界，也不知道怎么到那里。

第三，开业的前期宣传工作不够充分。宣传仅限于广告的投放，并且存在投放周期不合理的情况，而且广告宣传的主题没有吸引力，无法调动消费者的积极性，广告宣传的效果不明显。

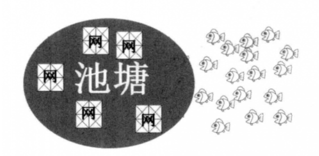
第四，开业促销回馈的手法过于老套，销售效果持续性比较差。

我们要解决的核心问题是：在开业当天吸引足够的人流，从而加快招商进度。

像吉家·家世界这样体量庞大的卖场就好比是一个池塘，而一个个入驻的商家在池塘内设了网，消费者则是游弋其中的鱼。倘若鱼塘里的鱼寥寥无几，渔网捕到鱼的机会就非常小，长此以往商家就会心灰意冷地找下一个池塘。但若鱼塘里的鱼成群，那么渔网就会收获满满，同时也吸引更多人在此撒网。吉家·家世界这个大鱼塘里聚集的鱼群太少，我们要当一个赶鱼人，让吉家·家世界鱼丰人欢。

吉家·家世界——池塘

入驻商家——在池塘内设了网



消费者——鱼

我们的角色——赶鱼的人

时间紧急，问题多多，困难重重，我知道着急不但不会有任何帮助，反而会使自己乱了阵脚，于是我静下神来，通过调研，找出了问题的根源。并针对以上提到的几个问题，制定了周密的计划，逐个攻破，力求让吉家·家世界的开业活动顺利进行，吸引更多的消费者，若有可能尽量提早完成招商工作。

直击关键问题
——开闸放鱼

任何一种商业行为，最终的目的只有一个，那就是获利。而想要获取效益，最先要解决的问题是争取尽可能多的顾客。只有形成了源源不断的顾客群，才能保障商业行为的良性发展，并不断壮大。这正是吉家·家世界面临的问题——顾客。

吉家·家世界虽然里面“别有洞天”，但是对于消费者来说有些路远地偏，而且入口隐蔽，概念还有点“深藏不露”。我们要大开闸门，热情地向鱼儿们发出邀请：来吧，这里芳草鲜美，饵料丰富。我们主要通过三个方式来实现。

1. 清晰定位

把原来商场的名称“吉家·家世界”，更改为“吉家·家世界装修家居建材广场”。小小的改动，不仅给了吉家·家世界更清晰的定位，也让商家和消费者能够一眼就明白这个项目是做什么的。

2. 完善硬件配套设施

为了让产生兴趣的消费者能够顺利抵达吉家·家世界，我们在报纸的广告中增加了路线图，在吉家·家世界周边的主要干道设置了户外的导示牌。并通过寻求政府有关部门的帮助开通了直达公交线路。

3. 明确宣传手法、主题及内容

对开业的主题和内容都做出适当的调整，让吉家·家世界开业成为一次轰动事件，而不停留在单纯的营销活动层面上。不仅要能使有购买需求的消费者感兴趣，而且能够借助媒体传播出去，让更多的人知道吉家·家世界开业这个信息。



细微的环节往往决定事情的成败，我们针对出现的问题，在细节上做了改进和完善，相信这些看似细小的工作会收到一定的效果。工作终于有了进展，我们的信心也越来越足。

以公益的方式突围
——学会宣传

商家在推广宣传上要讲究策略，因为在信息爆炸的今天，想要消费者接收到你的“信号”可不一件容易的事。此时，宣传所需要的包装就显得至关重要。弱化商业行为，突出其行为所带来的社会效益，而从某种程度上来说，能更好地吸引大众的关注与赞赏，这样的策略可谓是一举两得。

一般来说，一个毫无知名度的项目，要获得社会的普遍关注，扩大知名度，都会选择密集的广告轰炸，但是现在的报纸每天都充斥着成千上万的广告，大众又都有对广告的“免疫

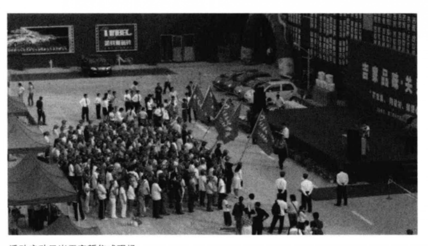
力”，想要突围是难上加难。

因此，更为明智的方法就是把吉家·家世界的开业信息变成新闻，通过新闻媒体和其他社会团体的力量广为传播。即便如此，通过软文见诸报纸，依然很难吸引民众的关注，还极有可能因为内容过于商业性而只分到丁点儿大的版面，甚至有可能在软文还没刊出就“胎死腹中”。

如何保证我们的信息顺利地以新闻的形式传递出去呢?

2005年11月6日，也就是吉家·家世界开业的日子。这个时间与五一、十一黄金周毫无关联；翻查日历，与中国传统的节日也没有任何关系；近期，也没有任何重大的政治事件和会议要举行。可以说，这是个平常得不能再平常的日子!

那么，就由我们创造一个契机把它变成一个特殊的日子，我想到了与公益事业相结合。这样，我还能通过活动的策划为



活动启动日当天宣誓仪式现场



公益事业尽一份绵薄之力。一来，可以淡化开业信息的商业色彩，获得社会大众的好感；二来也很好地规避了风险。由于进行大规模促销，遭受举报的情况时有发生，但公益行为可以得到相关部门的支持。不仅有利于增加媒体报道，还可以为后续工作的开展保驾护航。

吉家·家世界成立青年发展基金
——树立企业形象

一个良好的企业形象对于企业的发展意义重大，但是企业形象的树立仅靠宣传造势是长久不了的。我认为，只有踏实做出来的企业形象，才能深入人心，才能长久立足。多创造社会价值，多做公益事业，完美的形象和良好的口碑自然会传播开来。



我们确定了公益的主题，那么要选择与什么样的公益事件结合呢？

青年志愿者协会在全国具有的强大影响力，并且国内尚没有哪家企业成立相应的基金，用于支持和鼓励青年志愿者团体

的发展。而在厦门，青年志愿者总数目前已超过二十万人。多年来，他们积极参与了文明城市创建、马拉松比赛志愿服务、春运服务等，在全社会树立和倡导“奉献、友爱、互助、进步”的志愿者精神。在国外一些志愿服务较为成熟的国家，政府拨款、企业和社会组织赞助、个人捐赠是志愿服务经费的主要来源，而在我国仅仅靠政府投入。

于是在慎重的考虑之后，我们决定成立“吉家·家世界厦门青年志愿者发展基金”，并由吉家·家世界捐出五十万元，作为启动资金。

该基金是2003年5月4日《福建省志愿服务条例》颁布实施以来，由自然人、法人或社会组织捐赠的第一笔专项捐助。基金将主要用于青年志愿服务项目的建设，资助社会青少年弱势群体，宣传表彰志愿服务先进个人和集体等。



吉家·家世界开业暨“2005年厦门市青年志愿者活动月”启动仪式现场

这一善举得到了厦门团市委、厦门市青年志愿者协会的大力支持，甚至专门把吉家·家世界开业的11月6日，确定为“2005年厦门市青年志愿者活动月”的启动日，还在吉家·家世界广场举行了隆重的宣誓仪式。

当时恰逢团中央领导来厦门考察的，他们还专程到吉家·家世界进行了视察，并对我们的工作给予了很高的评价。

下面的一则新闻，描述了吉家·家世界开业当天的盛况。

2005年11月6日上午9点08分，随着军乐队演奏、舞狮队表演的热闹气氛中拉开了位于厦门金尚路和金湖路交叉路口的投资一亿元人民币，总占地面积约十万平方米的厦门吉家·家世界建材家居广场开业仪式，由厦门电视台著名主持人柯岚主持，并介绍各位出席嘉宾。

吉家·家世界建材家居广场董事长赵伟先生为开幕式致辞，中国建筑装饰材料协会领导、湖里区政府领导为吉家·家世界建材家居市场致辞并表示祝贺，商家代表为吉家·家世界建材家居广场开业表示祝贺，也对市场的发展充满信心。

由吉家·家世界建材家居广场董事长宣布开业，各位领导、嘉宾上台为吉家·家世界建材家居广场剪彩。

同时，主持人宣布举行“吉家·家世界厦门青年志愿者发展基金”成立仪式，由共青团厦门市委领导、吉

家·家世界建材家居广场总经理致辞，致辞完毕后，礼仪小姐抬出了吉家·家世界厦门青年志愿者发展基金支票（五十万元人民币）、吉家·家世界青年志愿者服务队捐助支票（两千五百元人民币），由吉家·家世界建材家居广场董事长赵伟先生向共青团厦门市委领导进行交接仪式，并由共青团厦门市委领导向吉家·家世界建材家居市场董事长赵伟先生授牌。

在吉家·家世界建材家居广场的开业，厦门建材家居市场又迎来了新的洗牌革命，在禾祥西路的建材一条街、发展到江头建材商圈，再到今天吉家·家世界建材家居广场开业，建材装饰市场的竞争也越来越大，谁可以主宰厦门建材装饰市场呢？我们拭目以待！！

福建装饰网（2005年11月6日）

蓄足力量集中发力
——爱心促销推向高潮

我做事情喜欢多花一点时间和心力，集中力量把事情做得完美。这样，虽然投入会很多，但是事情能够彻底解决，一次就做到位，又何乐而不为呢？滴水穿石的道理我们都懂，但是有些情况下就需要重拳出击，把几个好点子集中起来，在短时间内频繁地出击，以达到预期的结果。

为了扩大公益活动的效果，我们希望能将消费者拉到奉献爱心的队伍中来。于是，出现了“促销＋献爱心”的想法。

在开业当月，吉家·家世界举办了“厦门青年文化节暨购家

居、买建材、献爱心、获大奖”的爱心献礼活动。活动期间，凡在吉家·家世界购物，每消费五百元就有二十元注入“吉家·家世界厦门青年志愿者发展基金”，用于支持厦门的公益事业。

我们将促销奖品定义为“爱心的回报”，只要购物献爱心，就可以参与抽奖活动。奖品设置非常丰富：每日一台29寸彩电，每周推出两辆奇瑞汽车，当月还送了一辆本田商务车。

这样大的促销力度和特殊的公益性质，为开业活动吸引到了大批的消费者。许多漳州、泉州的消费者都不辞辛劳到吉家·家世界购物、献爱心。开业一周内，便能引来如此多的顾客，影响之广泛、反响之热烈在厦门乃至福建都属罕见。这也更加坚定了进驻商家对于吉家·家世界的信心。

整个吉家·家世界开业活动持续了一个月的时间，几乎每天都可以在厦门各大媒体上看到它的相关新闻。

活动是单点的事件，如果没有线性的布局，就无法辐射到整个社会面。

媒体就成了我们“穿点成线”的重要宣传工具。整个媒体宣传计划分为三个时期：预热期、活动期、后续期，持续时间近三个半月。

吉家·家世界的宣传策略是以报纸媒体为主的。一方面是因为厦门市民具有良好的读报习惯；另一方面则是因为利用报纸宣传，更能体现话题的关注性和持续性。

第一个阶段的宣传主题为：吉家·家世界即将开业，并成立“吉家·家世界厦门青年志愿者发展基金”。宣传形式包括

在相关媒体的主要位置投放大幅广告、吉家·家世界开业的相关报道、吉家·家世界投资公司董事长赵伟的专访和对吉家·家世界发起成立厦门青年志愿者发展基金的探讨。

第二个阶段是整个宣传计划的重心。我们选择吉家·家世界开业当天成立厦门青年志愿者发展基金，就希望将此公益之举作为整个开业活动的引爆点。事实证明，这一话题确实是最具有新闻价值的，媒体曝光的效果远远超出了我们的预期，除了厦门当地媒体外，《中国青年报》、新浪网、TOM在线等全国性媒体也争相报道、转发了这则新闻。

第三个阶段的宣传主题，报道主要围绕以下几个方面：开业促销期“消费奉献爱心”的盛况、爱心大奖中最丰厚的奖品——二十五万元的本田商务轿车花落谁家、第一笔厦门青年志愿者发展基金如何使用的跟踪报道。

我们在短短的十九天内，紧锣密鼓地筹备开业活动，但最终却取得了令人异常满意的效果。之后我们又先后举办了“毛泽东遗物展”、“厦门市十大好保姆”评选活动、“第一届厦门情侣马拉松派对挑战赛”冠名赞助活动、“厦门十大美丽乡村”评选活动、“家和万事兴，吉家社区行”活动、“五一黄金周，现金天天抽”活动、“两岸博饼王中王，吉家送您一套房”活动，每一次活动都为吉家·家世界聚集了大量的人气。

通过以上的活动营销及事件营销，吉家·家世界的品牌认知度和美誉度得以大幅度提升，吉家·家世界这个大鱼塘让鱼儿鱼贯而入，带动了前期的招商和后期的销售，同时也奠定了吉家·家世界装修家居建材广场在厦门同行业龙头老大的地位。我们赶鱼成功了。

把每一件事当成自己的事来做
——兢兢业业的赶鱼人

在从业者中，普遍存在着两种心态：一种是打工者心态，只是在为了薪酬而工作，没有责任感，缺乏主动性和积极性；另一种是老板心态，虽然从业者并不一定是老板，但他们却能够主动地管理自己，把工作当成自己的事业，而不仅仅是为了薪酬在工作。

这两种心态直接导致了两种结果：拥有打工者心态的人，工作热情不高，工作效率自然上不去，业绩不佳；拥有老板心态的人，做事积极主动，认真负责，总是能够保质保量地完成任务。

事实证明，拥有老板心态的人更容易赢得机遇，获得事业的成功。

为客户创造最大的价值是多年来我对自己始终不变的要求。当初临危受命服务于吉家·家世界，短短的十天时间，市场调研，策划执行，马不停蹄，不眠不休。因为总见我忙前忙后的身影，有商户问我：你是股东吗，要不为何如此卖力？其实，我只是一名赶鱼人，尽心尽力是我的价值和责任所在。

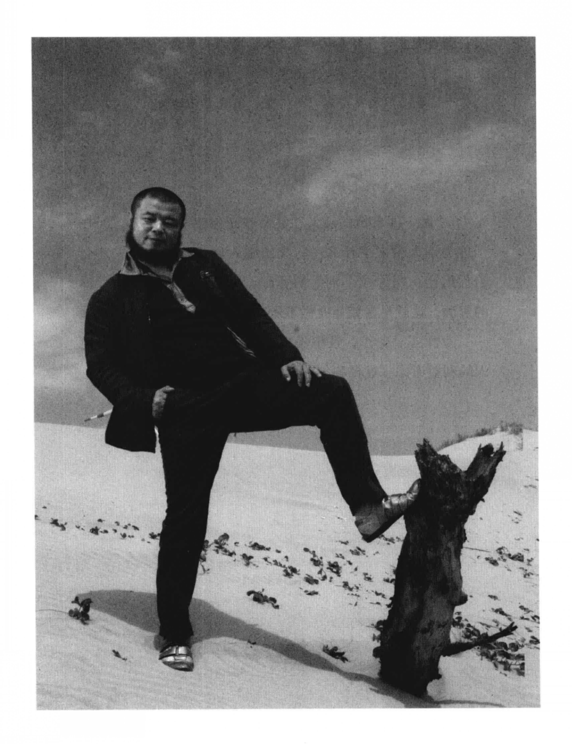
客户找上门来与我合作是源于一份信任与期待，为了实现他们的这份信任与期待，不遗余力的付出才是我对他们唯一的回报。为此，我经常会因为某一细节与客户争得面红耳赤，甚至有的时候还会教训起客户来。这跟我的直脾气不无关系，但更多的是因为我在想客户所想，急客户所急。揽下了活，就不把自己当外人，该说就说，该嚷就嚷，客气个啥。为此，客户们常常会一边指着我怨道：不愧是拉登的脾气！因为尽心，所以可以无话不说；因为尽力，所以赢得尊重。合作过的客户几乎无一例外都与我进行了长期的合作，并成了我的好友。

做一件事情，意义往往不在于你收获了什么，而在于你为别人带来了什么。听起来像是假大空的老生常谈，其实不然。淡化自己的得失，心装他人的时候，往往能够拓宽你的思维和气度，拉大自我的格局，从而让你更加自如地调度更多的资源，让你快速成长，收获更多。所谓心有多大，舞台就有多

大；舞台有多大，努力就要有多大；努力有多大，收获的掌声就有多大。一个人只要心里装着团队，有朝一日必然成为团队的骨干，也必然能赢得客户的尊重，实现自己的价值。

“做一件事情的意义往往不在于你收获了什么，而在于你为别人带来了什么。”先给别人创造价值，别人才会给你机会；当你成了别人的资源，别人自然也就成为了你的资源，这就是兢兢业业做事所产生的意义和收获。

为自己而工作，凡事不要总想自己的得失，要多为他人的利益考虑，这样我们才能赢来长远的发展。



第七章

借力是个大智慧

每个人的资源以及机会都是有限的，想靠一己之力，单打独斗闯出一番名堂来是非常困难的。作为创业者要善于借力使力。趋势、潮流、人际……万事万物，只要能为我所用，都可以借来一用。

三十六计之“树上开花”——善于借势

三十六计中有一计叫“树上开花”，是指树上本来没有花，但可以借用假花点缀在上面，让人真假难辨。此计用在军事上，是指当自己的力量薄弱时，可以借别人的势力或某种因素，使自己看起来强大，以此虚张声势，慑服敌人。当己方处于劣势的时候，隐瞒自己的实力，明明乏力却故作很有实力的样子，让敌方摸不清真相，以便能出奇致胜，颇有置之死地而后生的味道。

在营销中，“势”指的是能够吸引消费者眼球、引发讨论又具有延展性的点，它可以是社会热点事件，也可以是公益活

动、名人等。“借势”即结合企业本身的营销目的，对这些“势”加以延展引申；“造势”即主动制造出具有轰动效应的点，并借以发力达到营销目的。

在如今这个信息爆炸的时代，能够引起注意就意味着已经成功了一半。东放一枪西打一炮的游击战法，在营销上已经不再适用，虽然这也能化整为零地取得一定的效果，但终究难成气候。身经百战的消费者已经在信息的轰炸中练就了刀枪不入之身。要想全面制胜，就要打一场声势浩大的规模战，借势、造势也是大势所趋。因此，创业者需有敏锐的触觉和宏观研判的能力，以及相当的热情和闯劲，只要有势可借，就要找准机会趁势而上；而在没有势可借时，也要谋势、造势。

在营销过程中，我也善于借势、造势，并乐此不疲。在马拉松的基础上，充分利用情侣经济，衍生出情侣马拉松；将“拉登”与自身的形象相结合，通过系列的反恐广告来进行自我营销；结合杨澜涉猎的领域和标签将杨澜的签售会扩展成“杨澜厦门行”。在这些案例中“马拉松”、“拉登”、“杨澜”就是我借来的势。而吉家·家世界厦门青年志愿者发展基金就是我造出的势。在借势、造势的过程中，要充分抓住可利用的机会，帮助客户用最小的投入，得到最大的回报，也在这个过程中日益实现自身的价值。

借势虽然是借一切可以为我所用的资源和信息，但是对于所借用的资源与信息的选择却是一门不小的学问。一次成功的借势不难做到，但如果借势来打品牌，让事业形成规模，就有一定难度了。难就难在让每一次的势都有所联系，不断地延展，最终结合在一处，形成自己的背景与声势，能够一直发挥影响力和吸引力。一次成功的借势，能够起到一劳永逸的效果。

借势有很多种，从营销的角度来说，借势有以下几种具体策略：

1. 借关联产品的势；
2. 借旺销产品的势；
3. 借消费者自身之势；
4. 借新闻事件的势；
5. 借名人效应的势。

编织自己的人际网络——人脉就是命脉

人脉指以自己为中心单位，向外围散射的人际利益关系网络。关于人脉的重要性，有人曾说：“一个人能否成功，不在于你知道什么，而是在于你认识谁。”

斯坦福研究中心曾经发表过一份调查报告，结果显示：一个人赚的钱，12.5%来自知识，87.5%来自关系。这里的关系指的就是人脉。常言道“一个好汉三个帮，一个篱笆三个桩”，“一人成木，二人成林，三人成森林”，都是说，要想做成大事，必定要有做成大事的人脉网络和人脉支持系统。

人生在世，没有几个人能够靠自己的单打独斗来成就一番事业。所以创业者需是公关高手，结交政府、媒体商界各领域各层面的朋友，并与之保持良好的互动，他们每一个人都将是一个信息源，都有可能在某个关键时刻拉你一把。经营关系就是经营成功，经营朋满天下的快意人生。

第一，善借政府部门的人脉。与政府保持良好的关系，会让自己的发展得到政府部门的帮助。以我为例，我事业上真正的腾飞是从成为马拉松组委会成员开始的，而这个机会就是通过政府获得的。

那么，要如何才能巧借政府之力？

1. 了解政府的需要，满足其需求

以吉家·家世界为例，成立吉家·家世界厦门青年志愿者发展基金，这个在全国尚属首例，而且是由政府与企业共同合作的行为，能够体现政府在社会发展中所起到的领导作用。该基金金额够大，影响面够广，能引起社会的广泛关注。加之吉家·家世界作为湖里区最大的商业卖场，可以为当地带来很多的财政税收，解决很多的就业问题。对于这样的企业，政府往往是是十分支持的。

2. 配合政府部门的工作

仍是以吉家·家世界为例，通过开业的活动和慈善基金的

成立，吉家·家世界与团市委建立了良好的合作关系。在此基础上，团市委帮助吉家·家世界专门成立了青年活动中心等部门，成功地为企业内部公共关系建设构建了基础。

说到政府人脉，有些人可能会想到“台下交易”，但是这种公关的方式是不健康的。牢固的人脉不是靠走关系走来的，而是通过一次次的活动积累下来的。一个对社会有贡献的企业自然会得到社会的肯定，也会得到政府的帮助。

第二，善借媒体的人脉。除了政府的人脉，处理好与无冕之王——媒体的人脉也是非常重要的。要如何建立和巩固与媒体的关系呢?

1. 要为媒体提供有价值的新闻

如今的媒体面临着很大的困惑，一方面是信息泛滥，另一方面是有价值的新闻匮乏。大多数的广告公司和公关公司为媒体所提供的软文，都是商业味十分浓厚，单纯从企业自身的需要来考虑的。

我们认为，好的软文要写得跟真正的新闻一样，好新闻的标准是什么?我们应当从读者的需求来考虑，例如，媒体的上级领导希望新闻舆论能够反映积极向上的时代精神，对社会有益，能改善民生，能够教育百姓；而普通的读者则希望新闻是好看的，能够对其生活起到指导作用。只要我们为媒体提供的软文能够满足这两方面需要，那么它就能算是一篇有价值的新闻。

2. 所提供的信息应该能够形成持续的新闻热点

一般的软文手法，是企业通过购置固定的版位，刊登相应

的信息。这种手法的好处在于能够较好地控制内容，但缺点则是难以调动读者的阅读兴趣。如何改进呢？透露信息要适时、适度地创造一点悬念、吊一点胃口，调动读者的兴趣。例如，在吉家·家世界开业的策划当中，我们就根据每个时期的主题，适度地透露信息，前后呼应相互连贯，保证读者对于这个事件能始终保持一定的兴趣和参与性。

3. 要主动和媒体的工作人员交朋友

企业与媒体的关系不应只是纯粹的“交易”关系，甚至于有些人对媒体抱有一种敌对的态度，这都是不对的。正确的做法是与之建立一种更紧密的合作关系，如同对待自己的朋友一样，在对方有需要的时候及时提供帮助。这样真诚对待媒体，才能换来他们对我们的真诚。

第三，朋友多多益善。人们常说，要想知道一个人，就先看这个人都交什么样的朋友。朋友圈的范围有多大，成功的触角就会延伸到哪里，朋友的多寡决定了成功的可能性有多少，朋友的层次也决定了成功的程度。那么如何让自己朋满天下呢？

1. 靠诚信和敬业赢得人心

以诚相待是交际中最重的筹码，是一个成功的创业者对自己的基本要求。在做到自己本分的基础上多为他人着想，在为他人做事的时候，多做一点，做好一点。如果能把每一个与自己打过交道的人变成朋友，不断累积就会有一个庞大且坚实的关系网了。

2. 多结识圈子以外的朋友

你永远不会知道下一个机会在哪里出现，往往一个绝佳的好点子是出现在各种因素相交错后的灵光一现和各种资源的整合。所以要走出自己的圈子，多结识圈子以外的人，每个圈子的人都为你提供了一个进入他们各自圈子的引子，这样实际上会为你的发展先铺好了路。

3. 多创造机会推销自己

把自己当成商品一样，要勤于向他人推销，与他人形成良好的互动，才能让别人接受自己。为此，除了兢兢业业做事之外，要多参加社交的活动，各种协会、沙龙都是推销自己的好地方。



有人说："只有你成为他人的资源，他人才会成为你的资源。"所以，要想拥有广阔而丰富的人脉资源，就一定要先修炼好自身的修养和能力，这才是你拥有人脉资源的强有力的基础和必要条件。

"栽下梧桐树，引得凤凰来"，只有你拥有吸引人的魅力和能力，才会经营出四通八达的人脉资源，才能高效地利用这些人脉资源，便于自己事业的良好发展。

让每个人都为自己工作
——善借团队之力

合作就是力量！团队是能力、天分、经验及背景各不相同而为了相同目的集结在一起的一群人。团队的每个成员必须结合在一起，将个人的才能、创造力和精力投注到团队中，才能发挥最大作用。没有人能够单靠单打独斗成就一切。在当今快节奏工作环境中，团队的执行力与创造力显得尤为重要。



这里说的是要让自己的团队能够以一个积极主动的态度去为共同目标而努力，而不是被动地去工作。许多创业者都像我一样充满激情，但团队并不一定能赶上你的快节奏。如果你

催我赶，步调不一致，双方都容易感到心力交瘁。这样的情况下，除了鞭策与激励，更需要沟通，让团队理解自己的梦想，参与自己的梦想。与此同时，聆听他们的梦想，给他们实现梦想的平台。当个人梦想和企业的梦想融为一体的时候，一个勤勉、高效、活力、坚不可摧的创业队伍便产生了，他们不再只是你的员工，更是你的伙伴。

而大多创业者在创业初期，凡事喜欢亲力亲为。这样容易让自己筋疲力竭，也会让自己的团队优势无从发挥。我也曾走过这样的阶段，但我已经意识到它的局限性，开始恶补自己管理上的欠缺，更加注重团队和企业文化的建设。从各种具体的事务中抽离出来，反而能让自己更好地掌握全局，获得更加清晰的发展思路。



几乎每一位管理者都信奉团队合作的意义，然而可悲的是，真正在自己的企业中实现团队合作的人寥寥无几；真实世界中他们反而常常在企业中制造勾心斗角和部门间各自为政的环境。

为什么会这样？绝大多数管理者团队没能成为有凝聚力的团队，是因为他们既严重低估了团队合作的巨大效力，也严重低估了实现团队合作所需要经历的痛苦过程。

第八章

一次挑战带来意外收获

• • • • • •

能够得到行业泰斗陈培爱教授的垂青，是我的幸运。我从他那里学到很多知识，也得到他很多帮助。当那一天我站上了艾菲奖的领奖台，我终于明白，人生其实真的没有什么不能实现。

创新让你与众不同
——在营销战役中突围

很多时候，人们都是在用一种常规的定式思维在工作和处理事情。这样做起事来，虽然一般情况下不会出现什么大问题，但是也不会有什么突破性的进展。而一旦常规的做事模式无法快速而有效地解决问题，就会出现所谓的“瓶颈”现象。这时，不寻求改变是肯定走不通的，必须主动寻求突破。

“穷则思变，变则通，通则久。”只有拥有创意的想法，才能永远使自己立于不败之地。无论是个人，还是一个企业，这一点都是非常重要的。

优思麦是厦门最早的台式烘焙品牌，迄今已有十八年的历史，是厦门烘焙行业的先行者。然而我们通过市场调查后发现，53%的消费者听过优思麦，但只有18%的消费者知道优思麦是一个烘焙老品牌。就是说，优思麦具有一定知名度，但消费者对这个品牌的认知度却很低。此外，由于缺乏长期的品牌维护，优思麦品牌已渐显老化。

通过了解，得知优思麦虽然很有历史，也创下了众多的行业第一，但是并没有进行整理宣传过。因此，我们的首要任务就是挖掘优思麦的发展历史，让消费者对它有一个全新的品牌认知。

优思麦往年在整合营销的手段上与同类品牌并无太大的区别，容易淹没在众多中秋月饼传播的硝烟中；此外，其品牌定位上和众多的烘焙品牌一样定位为“名家烘焙”，无法使之与其他竞争对手区别开来，更不适合品牌年轻化的更新发展道路。因此，如何进行品牌再定位，在整合营销传播手段上进行创新性突破是当前要克服的重大课题，也是提升优思麦月饼市场占有率的又一重大因素。

受2009年国际金融危机的影响，2009年7月众多集团客户中有一半以上还不确定当年是否需要购买月饼赠送客户。因为有三分之一左右的企业决定削减成本不购买月饼，市场情况相

当不明朗。

经过了一番细致的分析后，我们确定了营销传播策略：

1. 通过小成本广告投入，整合有效传播方式，迅速提升消费者对优思麦的认知度；

2. 稳定并提升优思麦中秋月市场销售额；

3. 对优思麦进行品牌再定位，并加快品牌的更新发展。



当一件事情出现问题的时候，我们既要从自身的态度上找原因，也要从做事方式上找出路。如果长久形成的僵硬程式化的做法不改变，不创新，也就很难从众多的竞争者脱颖而出。创新是最为紧要，最先要考虑的取胜方式。要想在竞争中更胜一筹，必须拥有别人所不具备的优势和特征。

拉近与消费者的距离——玩味烘焙

鲜奶油蛋糕、凤梨酥、结婚礼券、中秋月饼礼盒……十八年来，优思麦的这些开拓和创新之举改变了一代又一代厦门人的生活方式。十八年来，优思麦很少通过大众媒体宣传自己，但正是凭着消费者的喜爱和口耳相传，才造就了它在市场上的地位。而消费者喜爱和口耳相传的是什么呢？是一种味道！是亲情的味道，是爱情的味道，是友情的味道。

十八岁，成年季。在这个时候，优思麦顺应消费群体年轻化的市场特点，重新出发，着手对门店进行了换装改造，推出了富有个性的时尚烘焙概念店，开始了年轻化的品牌发展之路。

基于以上考虑，我们将原有的“名家烘焙”的品牌定位改成了“玩味烘焙”，并提出了“十八年，谁说美味不可言传？”的中秋品牌宣传语。月饼产品在内容构思上以“玩月”

为主题，呼应了“玩味烘焙”。这样的定位，得以让优思麦在众多品牌中独树一帜。

在整个营销传播中，我们打破了厦门烘焙行业以往的广告模式，也打破了优思麦往年的整合营销传播模式。主要表现在三个方面：

第一，选准媒体，确定“品牌—中秋—品牌”传播策略，双线双向传播，扩大传播效果。

月饼的主要特点之一是买的人不吃，吃的人不买，礼品的意义已经超过了其食品上的意义。我们针对优思麦的主要客户群体是集团客户的特点，兼顾对品牌进行历史挖掘和传播的需要，果断地选择了政府、企业主管部门必订必读的《厦门日报》作为最主要的传播媒体。

厦门中秋月饼市场的传播惯例是在中秋前的两个多月的时间围绕着月饼进行集中爆发式传播，这并不利于品牌的长远发展。我们提出了“品牌—中秋—品牌”的整体传播思路：从传播的主题上看，我们以品牌历史为起点，进而过渡到新概念店传播，再过渡到中秋传播，中秋过后我们回归到品牌本身，再进行品牌形象的巩固。从传播的时间上看，我们提前于其他品牌进行中秋传播预热，结束时间也比其他品牌晚了一个多月，延长了传播时间，让传播效果扩大，并最终累积到品牌上。

同时，在日报的传播中，采用了单向品牌主线传播和互动品牌辅线传播的相结合方式进行。单向主线传播：在日报上以较大的版面报道优思麦的历史、优思麦的品牌概念店、优思

麦中秋悬念、优思麦中秋悬念秘揭等，让消费者从品牌过渡到中秋，再回归到品牌。双向辅线传播：以“城市味道，烘焙记忆”为主题，以厦门烘焙业为背景，进行老照片、代表性人物的有奖征集活动，带出了优思麦创造的一系列的行业第一，突出优思麦在“厦门烘焙业的的先行者”这一地位。

第二，利用“刘谦亚洲巡演厦门站”的活动热点，结合创新产品，带动优思麦整合传播战线和气势。

2009年，魔术达人刘谦来厦演出，优思麦一举拿下了活动总冠名权。刘谦在2009春晚惊艳亮相后，他的魔术迅速风靡大江南北，他也成为该年度炙手可热的明星。他的粉丝多为年轻的族群，与优思麦经过更新后的年轻化品牌路线相吻合。同时刘谦玩的是魔术，这又与优思麦“玩味烘焙”的品牌定位有异曲同工之妙。

优思麦为与刘谦的奇幻魔术相结合，推出了区别于其他竞争对手的水晶冰皮月饼（可冷藏后食用的月饼），并取了一个



刘谦厦门见面会现场

好听的名字——魔幻水晶月饼，并将刘谦的活动改为“优思麦魔幻水晶之夜”。通过主办方提供的户外广告牌、户外公交站亭广告牌、电梯广告、便利店海报、DM传单、广播电台、谦迷见面会活动等整合传播手段，将“优思麦魔幻水晶之夜”的信息传播出去。

在宣传时间上，优思麦与活动主办方进行了很好的穿插与衔接，避免了传播内容和时间的冲突。最终将优思麦的中期宣传时间从原有的两个月，延长到了近四个月。

第三，整合多方资源，利用媒体宣传、活动营销等手段促进销售同时传播品牌产品信息。

如与全球通VIP会员中心联手，举办的优思麦“玩味烘焙”中秋品鉴会、与《厦门晚报》联手举办的“优思麦刘谦粉丝团”征集活动、利用“百商聚翔安”招商投资推荐会等大型活动，对出席的客商进行重点传播。这让优思麦在2009年的中秋月饼营销大战中突围，用小成本，博得了大效益。

经过近五个月的奋战，在许多集团客户取消中秋月饼订购的市场背景下，优思麦2009年中秋期间在广告投入费用节省近一半，营业额却比前一年增加了六百多万元人民币，增幅达到了30.45%，市场占有率提升了5.20%。并且在整个传播过程中整合了十六种传播方式，传播时间延长到了近四个月，最大程度地对优思麦品牌进行了宣传，让优思麦在品牌知名度上有了大幅度的提升，对于优思麦新概念店的传播及其平时烘焙产品的销售均产生了重大的影响。

一次很意外的收获
——我们拿艾菲奖了

我从没想过会与艾菲奖结缘，当我真的站上了领奖台，我终于明白，人生其实真的没有什么不能实现，只要你塌实地去奋斗，去争取。心有多大，舞台就有多大。确定目标后，先别去想成功的几率，只管去做，即便最后没有达到预期，没准也能收获惊喜。



艾菲奖（EFFIE AWARDS）创立于1968年，是纽约美国营销协会为表彰每年度投放广告达到目标，并获得优异成绩的广告主、广告公司所专门设置的广告奖项，目前已有美国、澳大利亚等三十四个国家和地区按统一标准评选。与其他奖项

不同的是，它更加关注广告带来的实际效果，是目前世界上唯一一项以实效论英雄的权威广告奖。艾菲奖不仅是对广告效果的评估，也是对广告策划执行能力的一次严格检验。赢得艾菲奖，就意味着赢得了市场的挑战。

当初接手优思麦时，了解了他们在市场中的处境和2009年月饼市场前景不明朗的状况后，我身为一个广告人，却提出要把广告费删减一半，把省下来的广告费让利给消费者。其实，帮客户省钱，用最少的投入帮客户实现最大的价值，一直是我在服务客户的过程中所坚持的理念。

优思麦2009年的销售业绩大家有目共睹，于是有人建议我们参加艾菲奖的评比。而在此之前，福建省内还没有哪一家广告公司拿过这个奖项，所以我觉得这似乎是遥不可及。但还是抱着试一试的心态，提交了材料。



《优思麦2010年整合营销案》喜获艾菲奖

幸运的是，我们竟然获得了评审的肯定，拿到了小预算类铜奖。优思麦是厦门地区的一个区域性企业，能和IBM、英特尔、可口可乐、招商银行这样的大企业站在一起同台领奖，我和优思麦的黄总都感到不可思议。

这是我多年奋斗以来，第一次获得的权威的广告奖项，这对于非科班出身的我来说是莫大的肯定和鼓励。我相信这只是一个开始，我和我的团队还会创造更大的辉煌。

好风凭借力，送我上青云
——得到陈培爱教授的垂青

我是属于实践派的广告人，从草根做起，到现在有了一点成绩，整个过程基本上都是自己一点一点摸索过来的。但对于高中都没能毕业的我来说，一直对知识充满着渴求。我一直希望得到高人的指点，学习成功人士的经验。幸运的是，2005年我结识了一位让我最敬佩的业内高人。

我曾在2005年受邀为一场广告沙龙做一次案例分析，当时我刚策划完情侣马拉松的活动，因此就地取材，以情侣马拉松催生“情侣经济”，分析了情侣马拉松的策划思路。正巧，有“中国广告第一人、中国广告界泰斗”之称的陈培爱教授也在



当天做了演讲，惜才的陈培爱教授认为我实干有想法，我则对他敬重有加，相互间便有了些交流。后来，陈培爱老师开始邀请我到厦大的新闻传播学院做一些经验的分享，也让我有机会站上高校的讲台。

在讲台上，我和大家讲述了我十几年来的创业历程，毫无保留地分享了在实践中积累总结的经验，取得了不错的反响。随后，在陈老师的促成下，我们七彩虹广告公司成了厦门大学新闻专业的实践基地之一。陈老师给我们公司很多提供了很多帮助，尤其是在人才的输送方面给了我们大力支持。

艾菲奖的肯定和陈培爱教授的垂青，是对我工作的认可，也是我不断进行专业化探索的结果。我这个没有经过正规教育、半路出家的广告人，渐渐融入了行业，得以通过行业内的交流合作来进行自我提升，也试图让自己为行业的发展有所贡献。但与此同时，我又想与行业保持一定的距离。

这么多年来，我之所以能保持创作的激情与活力，是因为我敢于撇开所有的套路与常规，不拘形式地为客户创造价值。所以说，我做的既是广告，但又不仅仅是广告。无论发展到怎样的程度，我都始终坚持从客户的实际需要出发，用我们的智慧、务实和高效，用我们所掌握的资源与平台，为客户创造最大的利益。

第九章

大家小家都要爱

• • • • • •

我有一份自己热爱的事业，一家快速发展的公司，一群和我并肩作战的伙伴，一个温馨的家庭……纵然每日奔波劳碌，压力重重，但这依然是属于我的美好时代。

尽己所能回馈社会
——以公益之名定义成功

每个人心中都有自己一套关于成功的定义，其中包括物质或精神层面的东西。对我来说，成功不仅意味着物质上的富足，同时更意味着个体有能力发挥对社会的积极影响力，用自身微薄之力为他人做一些力所能及的事，从而获得精神上的满足。个人价值和社会价值的统一才算是真正意义上的成功，也是我现今能体会到的最大快乐。

在我这么多年的创业生涯中，我用心对待接手的每一个案例，虽说根据客户的需求，策划最终是从商业的角度出发，目的是为了创造更多的利益，但在具体实施过程中我都会或多或



少地融入一些公益的东西，使之在商业的层面上，变得更人性化，更具有灵魂。

比如中途受挫的“中国海疆之旅”，杨澜厦门行中倡议发起的“七彩阳光关爱工程”，吉家·家世界开业时创立的“吉家·家世界厦门青年志愿者发展基金”，服务帝牌男装时发起的赞助进城农民工子女教育的义拍活动……

或许有人会不耻以公益为手段为商业行为作宣传，但我始终认为，做一件事情，如果能够在实现自己目的的同时，为他人、为社会做一点事情，实现商业和公益的双赢，岂不快哉。我们都知道，个体的成功，离不开自身坚持不懈的努力，更离不开社会整个大环境的影响。逆境中出现的每一次援手，社会每一次给予我的帮助都愈加促使我坚定地走上公益这条道路。尽管自身的力量有限的，但如果能为真正需要的人做一些雪中送炭的事，岂不是很好。

至今，我的创业历程已经走过了十八个年头。如果说在这过去的十八年时间里，我更多的是致力于自我价值的实现，物质的积累，那么在接下来的十八年里，我将开始肩负起自身对社会的责任，反哺社会，更加注重作为一个企业家身上所应担负的社会责任。

对于高中都没毕业、还在成功的道路上谨慎探索的我

而言，我现在取得的成就相比于李开复、史玉柱、马云等人而言似乎显得微不足道，尚不足以大书特书。但是，正因为我的起点和当下的年轻人相比都一样，甚至更低，而我的成就也还没有达到让人无法企及的地步，从这个角度上讲，我走过的路更显真实，也更容易被初涉创业历程的青年所感知。

思想上的指导远胜于金钱的帮助
——一场纯粹公益的盛宴

加入YBC可以说是偶然，但其实也是选择走公益道路的必然。加入YBC，帮助创业青年实现理想，让我的人生找到了新的意义。想想当初自己出来打拼有多么的不容易，如果那时有人站出来给我一些指导，我会少走不少弯路。现在自己有了可以帮助别人的平台，我为什么不去利用，帮助更多的青年实现梦想呢？

说来也巧，2007年我受邀去武夷山参加团省委组织的青年企业家论坛活动，在活动中认识了YBC福建办主任黄绍庆。黄老师在知道我的大致经历后向我介绍了YBC的概况，同时邀请

我参加YBC，成为其中的一名导师。我在深入了解了YBC组织的一些情况及其运行模式后，便义务反顾地投身其中。

YBC，全称中国青年创业国际计划，2003年11月由共青团中央、中华全国青年联合会、国家劳动社会保障部、中华全国工商业联合会等七家机构倡导发起，是帮助青年创业的公益项目，通过动员社会各界特别是工商界的资源，为创业青年提供“无利息、无抵押、免担保”的资金支持，同时更提供“一对一”的导师专业辅导，辅导期长达三年，引导青年成为具有社会责任感的未来企业家。

在创业青年和导师的分配和选择上，YBC统一进行分配，根据创业青年及导师各自的行业和自身的特点，以及创业青年的项目等因素综合考虑，最终指派导师进行专业的辅导。三年帮扶期间创业青年遇到什么问题都可以同导师共同探讨，导师也会把自身的经验、人脉资源等倾尽与之分享。在帮扶过程中每每看到创业青年身上的热情及活力时，就会不自觉联想到当年同样满腔热血的自己。

选择了一份创业，就选择了一份责任。加入YBC这个组织，成为一名导师，你对创业青年就担负责任。通过YBC，我与年轻人有了更多的交流，每当看到他们中的许多人正和曾经的我一样经历着苦痛迷茫时，想要为他们尽力做点事的心就变得强烈而迫切。

YBC是单纯的公益组织，它符合现代社会的需求。在这个组织里面，你贡献出的爱心不是物质金钱，而是你的思想、

你的一部分时间。从另外一个层面而言，如果一个青年创业成功能够带动多个就业机会，在一定程度上可协助解决就业难问题，进而缓解社会矛盾。这种特有的公益模式深深地吸引了我，我知道在这个平台上我可以很好地实现自己的人生价值，更好地融合自我价值和社会价值。这种认识在参加过YBC组织过的几次活动后愈加深刻。近几年内只要YBC有活动，即使工作再忙我也都会抽空参加并乐此不疲。

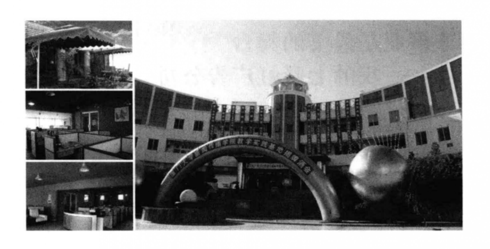
送人玫瑰，手有余香。我很荣幸获得YBC中国青年创业国际计划福建办的“良师益友”奖，对此，我感到非常的自豪，也让我意识到自身的责任更加重大。现在的我正致力于YBC厦门办及导师俱乐部的建立等相关工作中，也刚刚开始了和一位创业青年新一轮的沟通。我期待能用自己的力量为这个社会做更多的事，给这个充满浮躁的社会注入自己的一点力量。

事业是最美的舞台
——我的七彩虹广告公司

事业是我们的心灵和理想的家园，也是我们可以按照自己意愿去创造的一个最美的舞台。我们可以将热血、激情、梦想、期盼都洒在这里，交付给这里，因为只要用心去努力，这里就会满是收获和喜悦。

七彩虹广告公司是我在2004年并购的，原来只经营广告代理业务。后来在服务吉家的过程中，积累了许多家居建材方面的行业知识和资源，为我的发展提供了新思路。因此有了后来的时光驿站、U空间会所、优思贝斯酒店管理有限公司、U空间设计工程公司、U空间室内设计师国际联盟、《海西商





旅》、《U空间》两本杂志，和“首席家装网”。公司随着资源的不断累积，越来越往资源整合的方向发展。现在公司已经进入了快速成长期，我希望能够带领我的团队实现五年之内上市的梦想。

七彩虹广告公司是我为梦想建造的一个家，我爱着这里的一草一木，和这里每一个鲜活的生命。我们的总部是在一个小区的顶楼，第一次来这的人都想不到它竟是一个办公室，因为它更像是一个休闲场所。有些年月的桌椅在大大的阳伞下随意地散放着，花花草草在这里怡然自得地生长，过道铺着不加装饰的木板，踩上去嘎吱作响，连墙上交错的水管也颇有几分艺术的美感。每次站在中庭我就想象着大家在楼顶上一起种菜、浇花，然后弄一个自己的厨房，吃着自己亲手种出来的菜，是一件多么惬意的事。只是，大家都太忙太累了。

我的伙伴们很多都跟着我奋斗了很多年，见证了公司的成

长。他们一路上的挣扎蜕变我也都看在眼里。我当过兵，进过体校，有的时候难免会用体校训练、部队带兵的方式来要求和管理我的团队。在压力下，许多人在中途就坚持不住退出了，而对于那些选择留下和我并肩作战的人来说，七彩虹广告公司承载着他们的梦想。所以，我有责任为他们提供一个平台，帮助他们实现理想。我坚信通过我们的坚毅进取，我们的未来一定会更加美好。

当找到自己热爱的事业，每个人都会倾注全部的心血。我们的理想在这里成长延伸，我们梦想的种子在这里生根、发芽、开花、结果。这里是我们的一个家，一个充满了我们的热血与爱的家。同时，它就像我们的孩子一样，需要大家用心去呵护，才能好好地长大。

真正的成功是心有一个港湾——我爱我家

创业这么多年来，能够一路坚持下来，除了心中的信念之外，也缘于爱的力量。我是幸运的，不论生活怎么困顿，家人始终风雨同舟。在我最困难的时候，我的父母不远千里来到陌生的城市陪伴我，让我不至于在孤独中迷失，为了我散尽家财过着无法想象的艰苦日子也在所不惜。我的妻子更是对我不离不弃，用爱给我力量。

我和妻子阿红在我还在当兵的时候就相识相恋了。当时阿红在厦门的一家宾馆负责会场、会议的工作。我舅舅来厦门参加九八贸洽会的时候正好住在她工作的那家宾馆。第一次见面

是在电梯里，正好都是上五楼，两个人彼此笑了笑。后来我去打开水，看见她和她的同事在下跳棋，就凑过去看。她们问："会吗？"我很干脆地说："会啊，怎么不会？"其实我就是不会，她们下都是咚咚咚地跳着走，我呢，则是一步一步笨笨地挪。之后交流越来越多，见面越来越频繁，过了一段时间以后，她就说要给我介绍女朋友。结果她心里藏着小心思，介绍的女孩姿色一个不如一个，最后她干脆把自己介绍给我了，我们甜蜜的爱情也就此展开。

后来因为进了劳教所，我怕耽误她，断了与她的所有联系。然而，缘分让我们再次相遇，我从劳教所出来后不久，我们在一个公交车站又相遇了。我们抱头痛哭，重新走到了一起。当时我的情况落魄不堪到了极点，有过劳教的经历，没有



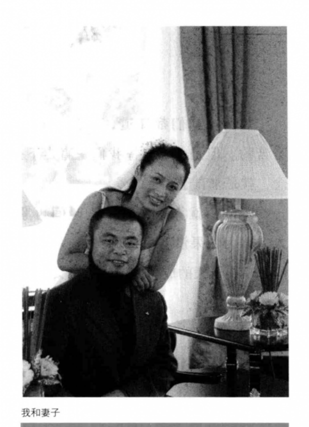
幸福的一家三口

本地户口，没有工作，没有像样的住处，甚至在约会时坐公交车的几毛钱都拿不出。而阿红是厦门人，有自己的工作，父母也有稳定的收入，我们的恋情难免遭到二老的反对。阿红却不顾父母的反对，铁了心要和我在一起。第一次到我们的杂物间见我的父母时，能用来招待她的，只有一盘白菜饺子，她却义无反顾地说："你吃什么，我跟着你吃什么。"从那一天起，我们就再也没分开过。

这么多年来，她一直在背后默默地支持着我，陪着我经历了许多大风大浪。现在的她除了协助我处理公司财务方面的工作之外，一个人包办了家里的家务事，教育孩子的重担也主要落在了她的身上。因为繁忙，各种应酬事务应接不暇，陪妻儿的时间越来越少，回家吃饭成了一件奢侈的事情，但她从没有怨言。有的时候因为工作应酬半夜三更还没回家，别人的手机早就响个不停，但她却从来不打扰我。我知道，她也紧张也担心，只是她选择了给我空间，而这样的她让我更加敬重。

当然，偶尔她也会对我发威，特别是我对儿子失信的时候。我是个不称职的爸爸，平时总是不着家，有时答应儿子要好好陪陪他，却经常被一个电话给叫去工作了。但和儿子在一起的时光，不论是一块搞怪逗趣、陪他纠结数学题，还是看他跟我发小脾气，都是我最幸福的时光。儿子很聪明，在学校的表现非常优秀，这让我为他感到骄傲。我对他别无他求，只希望他快乐健康地成长。

创业的过程充满劳累与艰辛，繁忙中容易忽视家人，但是



我和妻子

没有家庭的支持和家人的分享，事业再成功也会失去意义。也许他们不能给你出谋划策，无法给你的事业提供帮助，甚至会跟不上你的脚步，理解不了你的追求，但他们总会默默地关注着你的每一步，在意你的每个转变，与你分享成功，更愿意分担你的忧虑。

忙着向前的时候，别忘了往后看一看，让他们知道，无论走得多快，走得多远，你的心永远和他们在一起，你的一切都想和他们分享，回家是心底最温暖的期盼。

其实，我们都知道，无论是打工还是创业，都是很辛苦的。但是能够支撑我们一直走下去的，除了心中的信念，就是来自于家人的爱。

所以，就算工作再忙，时间再紧，也不能疏忽了家人。因为如果没有家庭的支持，我们不会成功；没有家人的分享，再大的成功也会失去意义。

收获的同时开始新的播种

从未有过出书的念头，因此在开始为这本书的出版作准备初期，我并未有过太多系统的想法。直到在键盘上敲下第一个字，我才开始认真回想，也才真正意识到，原来我已经走过了那么多的路，经历过那么多的事，而这些也许已经够资格成为别人眼中的一道“风景”了。

从1990年南下到厦门当兵，到现在2011年了，似乎就在一转眼间，二十年就这样过去了。翻着过去的旧相片，看自己从一个小孩成为一个小伙子，开始经历挫折，开始有了事业，有了爱情，有了家庭，留了胡子。岁月在我的身上留下了痕迹，合影中出现了越来越多陌生而又熟悉的身影，像一场电影般轮回播放。随手翻看办公室书柜里的资料，每一份策划案、每一本画册、每一张便签纸，似乎都承载着一段老去的时光，似轻似重。

直到现在，我都还一直记得1990年刚到厦门时的模样，记得初期创业的辛苦，记得劳动教养所里那些

刻骨铭心的经历，记得当年妻子坚定的眼神，记得孩子出生时的喜悦……这么多的回忆支撑着我，无论在怎样的困境中，都不曾有过退缩放弃的念头。我知道，我还是那个最初的我，践行着对自己许下的承诺，不曾让自己失望。

人的一生中要和多少人擦肩而过，才能在最佳的时间遇见那个对的人；人的一生中又要经历过多少的“门槛”，才能最终收获一个叫“成功”的抽象词……我不知道答案。我唯一知道的是，在人的一生中，唯有不断寻觅，不断地经历失败，不断地遇上挫折、错误，才能有最后成功的机会。犯错并不可怕，可怕的是你从未出发，可怕的是你并不知道自己错在哪里。很幸运的是，我一直都在路上，用一股永不放弃的冲劲，慢慢填满人生漫长的旅途；有着明确的目标作为指引，从未迷失方向。生活于我，每一天都是新的开始。

我开始意识到，人生轮回其实就如同作物的生长，从播种到收割，中间的风雨摧残，阳光的滋润，害虫的侵蚀，其实都只是必经的过程，谁都有成功的可能，谁也都避免不了失败的过程。最终能否成功收割，取决于农夫也取决于作物本身。是农夫的尽心照顾加上作物内在的品性，才能在秋收时拥有收获的喜悦。而于自身，你不仅要扮演好农夫的角色，更要坚守作物内在的品质，同时更要感谢自然界的所有考验。因此，我对人生的每一段经历都充满着感激；对旅途中遇到的每一个人，经历的每一次挫折，取得每一次成绩，都铭记于心，未曾有过丝毫懈怠。

客户、政府、媒体、社团、公众都是我营销策划最宝贵的资源，他们的信任与支持是我成功的保障。我要特别感谢我经手的每

一个策划方案、每一个客户，所有在这条创业之路上给予我帮助的领导及社团同仁。感谢中国青年创业国际计划（YBC）提供了这样一个契机，让我的经历有机会结集成一本书。因为每一个案例都直观地为我提供了一个宽大的舞台，让我得以在其中切实执行我的想法创意；每一个客户的信赖与协作，都是我进步的契机，支撑着我从容前进；所有的领导和社团同仁的鼓励与配合，更是为我的工作创造了一个有利的环境；最后，我不得不说的是，七彩虹团队与我一起奋斗的兄弟姐妹们，因为有你们，才有七彩虹广告公司更加骄人的业绩。

“四十而不惑”。年近四十的我，在收获的同时又开始了新一轮的播种，只是这一次，我播种的不仅仅是我的目标，更多的是对这个社会的责任，回报这个社会曾经教会我的一切。作为中国青年创业国际计划（YBC）持证导师的我，希望借着这本书能给有志于创业的青年些许启迪，些许鼓舞。

2011年8月于厦门

